ECONSTOR
*Make Your Publications Visible.*

A Service of

ZBW Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Popescu, Oana Ludmila

**Working Paper**

# Noua genera#ie de europeni. Cum percep elevii de liceu Uniunea Europeană?

EIR Working Papers Series, No. 34

**Provided in Cooperation with:**
European Institute of Romania, Bucharest

*Suggested Citation:* Popescu, Oana Ludmila (2017) : Noua genera#ie de europeni. Cum percep elevii de liceu Uniunea Europeană?, EIR Working Papers Series, No. 34, European Institute of Romania, Bucharest

This Version is available at:
http://hdl.handle.net/10419/197800

**Standard-Nutzungsbedingungen:**

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

**Terms of use:**

*Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.*

*You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.*

*If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.*

WWW.ECONSTOR.EU

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

Institutul European din România

# Noua generație de europeni. Cum percep elevii de liceu Uniunea Europeană?

WORKING PAPER

Colecția Microstudii IER
Nr. 34 – Ianuarie 2017

Institutul European din România

# Noua generație de europeni.

# Cum percep elevii de liceu Uniunea Europeană?

**Autor: Oana Ludmila POPESCU**

București, Ianuarie 2017

**Working Paper Nr. 34**

**Institutul European din România**

Bd. Regina Elisabeta nr. 7 – 9, București
Telefon: (4021) 314 26 96; Fax: (4021) 314 26 66
E-mail: ier@ier.ro; Website: www.ier.ro

Coordonator Colecţie microstudii IER:
Bogdan Mureșan

ISSN online: 1841 - 4281
Graphic Design & Layout: Monica Dumitrescu
© Institutul European din România, 2017

Studiul exprimă opinia autorului şi nu reprezintă poziţia Institutului European din România.

**Rezumat**

Într-o perioadă în care viitorul Uniunii Europene este dominat de incertitudini, rolul cetăţenilor în susţinerea acestui ambiţios proiect şi în asigurarea continuităţii lui pare mai important ca oricând. În acest context, având în vedere că adolescenţa este considerată o perioadă decisivă pentru formarea unei identităţi supraeuropene, iar tinerii au tendința de a se construi pe sine în mod diferit față de părinții lor, ceea ce implică și un alt mod „de a fi european”, se accentuează necesitatea de a afla cum se raportează tânăra generaţie la UE în comparaţie cu populaţia adultă. Dacă în cazul *Brexit*-ului tânăra generaţie s-a poziţionat diferit faţă de generaţiile mai în vârstă votând pentru rămânerea Marii Britanii în UE, de câtă susţinere se bucură UE în rândul tinerilor într-o ţară precum România, în care majoritatea populaţiei adulte manifestă în continuare atitudini proeuropene? Lucrarea de față prezintă rezultatele unei cercetări mai ample al cărei obiectiv l-a constituit identificarea modului în care elevii din clasele a XI-a și a XII-a de la șase licee din București se raportează la Uniunea Europeană și a factorilor care influențează percepția acestora. Utilizând o metodă de cercetare cantitativă – ancheta sociologică pe bază de chestionar – cercetarea și-a propus ca, pornind de la un eșantion de convenienţă, să identifice anumite tendințe care pot constitui un punct de plecare pentru cercetări viitoare.

**Cuvinte-cheie:** *identitate europeană*; *elevi de liceu*; *mobilizare cognitivă spre Europa*; *contactul cu Europa*; *participare politică*.

**Oana Ludmila Popescu** este absolventă a secției de Limbi Moderne Aplicate din cadrul Universității București, deține un masterat în Cultura și Limbajul Organizațiilor Europene și în Traducerea Textului Literar Contemporan. Doctor în Științe ale Comunicării (2016, Școala Națională de Studii Politice și Administrative), aria sa de interes cuprinde noua generație de europeni, formarea identității europene, sursele de informare ale tinerilor și formele de participare politică și socială agreate de tânăra generație. Lucrează în media în calitate de realizator de programe culturale. (oanaludmila@yahoo.com)

# Cuprins

Introducere.....5
1. Tânăra generație și aspecte ale apartenenței la construcția europeană: aspecte teoretice.....6
    1.1. Identități europene.....6
    1.2. Educația civică și cetățenească în context european.....7
    1.3. Sursele de informare ale tinerilor europeni.....9
    1.4. Tânăra generație și participarea politică.....10
2. Metodologie.....12
3. Interpretarea datelor.....16
4. Concluzii.....38
Bibliografie.....43
Anexe.....48

## Introducere

Referendumul istoric în urma căruia Marea Britanie va părăsi Uniunea Europeană a readus în prim-plan rolul cetățenilor ca factori esențiali ai proiectului european, reamintindu-le multora dintre ei că viitorul și continuitatea Uniunii Europene nu depind doar de deciziile oficialilor de la Bruxelles și Strasbourg. Votul în favoarea proiectului european acordat de tinerii britanici este încurajator și sporește totodată interesul manifestat atât în mediul politic, cât și în sfera academică față de modul în care tinerii din diverse zone ale Europei percep Uniunea Europeană.

Deși majoritatea studiilor privind noua generație de europeni se concentrează asupra studenților, în special asupra celor care au beneficiat de programe de mobilitate, anumiţi teoreticieni susțin că studenţii care aleg să studieze în străinătate sunt deja proeuropeni (Wilson, 2011; Van Mol, 2013) sau au experienţe anterioare în străinătate (Carlson, 2013), ceea ce sugerează că atitudinea acestor segmente de tineri faţă de spaţiul european începe să se cristalizeze mai devreme. Această ipoteză este susţinută şi de academicienii care consideră că studierea modului în care adolescenţii se raportează la UE este justificată prin prisma faptului că procesele de socializare de bază, desfăşurate în mediul familial sau şcolar, au dus la formarea identităţilor sociale înainte de începerea studiilor universitare (Quintelier et al., 2014).

Lucrarea de față prezintă rezultatele unei cercetări mai ample efectuate în cadrul programului doctoral derulat în cadrul Școlii Naționale de Studii Politice și Administrative (SNSPA) și încheiat în 2016. După trecerea în revistă a principalelor concepte teoretice pe care se bazează cercetarea, vor fi prezentate metodologia și datele obținute prin intermediul unei metode de cercetare cantitativă – ancheta sociologică pe bază de chestionar.

Principalul obiectiv al cercetării l-a constituit identificarea modului în care elevii din clasele a XI-a și a XII-a din șase licee bucureștene se raportează la Uniunea Europeană și a factorilor care influențează percepția tinerilor. Încadrarea datelor în context național și european a permis identificarea și prezentarea tendinței tinerilor chestionați în paralel cu tendințele înregistrate în cazul populației adulte. Adolescenții cu vârste cuprinse între 17 și 18 ani reprezintă un segment al populației care este de regulă integrat într-un grup mai amplu – 15-24 de ani în cazul Eurobarometrelor – sau ignorat având în vedere că majoritatea studiilor privind afirmarea identității europene în rândul tinerilor se concentrează asupra studenților.

# 1. Tânăra generație și apartenența la construcția europeană: aspecte teoretice

## 1.1. Identități europene

Una dintre cele mai populare teorii cu privire la identitate se bazează pe principiile constructivismului social. Conform acestei abordări, identitatea nu reprezintă un dat natural, prestabilit, ci se formează ca rezultat al proceselor sociale, fiind constant remodelată în urma relaţiilor sociale (Berger & Luckman, 1966). Caracteristicile perspectivei constructiviste se regăsesc şi în definiţia oferită de Shin și Jackson (2003) care percep identitatea ca o „construcţie socială care influenţează modul în care oamenii se comportă şi comunică" (p. 212). Așadar, identitatea poate fi înțeleasă ca un proces deschis, predispus la schimbare şi influenţat de negocierile constante cu oamenii din jurul nostru, „produsul acordurilor şi dezacordurilor" așa cum susţine Jenkins (2000, p. 12).

Pornind de la principiile constructivismului social, în lumea academică s-a impus şi teoria identităţilor multiple (Smith, 1993; Bruter, 2005; Polyakova & Fligstein, 2013). Din această perspectivă, identitatea umană poate fi imaginată ca incluzând mai multe straturi care nu se situează într-o relaţie antagonică deoarece manifestarea acestora depinde în mare măsură de context şi de situaţia creată (Brubaker & Cooper, 2000; Bruter, 2005), acestea „intersectându-se şi coexistând într-un fel de echilibru" (Udrea & Corbu, 2010, p. 67).

În ceea ce privește identitatea europeană, aceasta este percepută ca o „identitate multiplă" care nu exclude alte „identităţi", alte „loialităţi", de la cele locale la cele naţionale, de la cea „vestică" la cea „atlantică" (Varsori & Petricioli, 2004, p. 90). Bruter (2003) constată că „între identităţile naţionale şi cea europeană tinde să se stabilească o corelaţie pozitivă şi nu un raport de opozabilitate" (p. 1154) cu condiţia ca identificare cu o unitate superioară – în cazul de faţă Uniunea Europeană – „să nu diminueze siguranţa materială şi psihologică a apartenenţei" (Hadler et al., 2012, p. 397) la o unitate inferioară – în cazul de faţă statul membru. Cu alte cuvinte, dacă cetăţenii consideră că politicile europene elaborate la Bruxelles nu contravin interesului naţional, ci, din contră, aduc beneficii statului membru din care fac parte, atunci identitatea europeană poate fi percepută ca o „extensie a identităţii naţionale" (Hadler et al., 2012, p. 397) sau ca o identitate secundară (Risse, 2010).

Anumiți teoreticieni consideră că una dintre categoriile de oameni pentru care conştientizarea statutului de cetăţean european ar trebui să întâmpine mai puţină rezistenţă este reprezentată de „tinerii care merg în străinătate la studii, în scopuri turistice sau în căutare de joburi (adesea petrecând acolo câţiva ani după terminarea facultăţii)" (Fligstein, 2009, p. 137). Favell (2009) îi numeşte pe aceşti tineri „*Eurostars*" şi îi defineşte ca fiind europeni tineri şi mobili „care se află în centrul eforturilor depuse de Comisia Europeană pentru a construi Europa prin politici de mobilitate dinamice" (Favell, 2009, p. 178). Aceşti tineri educaţi şi ambiţioşi locuiesc în „*Eurocities* – o reţea de locuri cosmopolite" (Favell, 2009, p. 178) şi sunt gata să se mute oriunde îi poartă interesele lor deoarece ei „încurajează circulaţia talentului" într-o „economie bazată pe cunoaştere" (Udrea & Corbu, 2010, p. 79).

Pornind de la cercetarea lui Inglehart (1970) privind efectul educației și al accesului la informații asupra participării politice, Datler, Wallace şi Spannring (2005) împart factorii care determină procesul de identificare cu Europa în două categorii: factori care redau gradul de contact cu Europa (*„exposure" to Europe*) (p. 7) şi factori care indică ipostaze ale mobilizării cognitive spre Europa (*cognitive mobilisation towards Europe*) (p. 9). În prima categorie se înscriu experienţele transfrontaliere (participarea la programe de mobilitate, călătoriile sau migraţia) şi cunoaşterea limbilor străine, iar cea de-a doua categorie de factori vizează discuţiile şi dezbaterile cotidiene pe teme politice şi sociale, precum şi învăţarea despre Europa în mediul şcolar. În vreme ce mobilizarea cognitivă, „care presupune accentuarea conştiinţei politice şi competenţe avansate în domeniul comunicării politice, le permite cetăţenilor să se identifice cu o comunitate politică supranaţională" (Datler et al., 2005, p. 2), călătoriile în străinătate şi cunoaşterea mai multor limbi străine sunt asociate cu „materiile prime ale identificării cu Europa" (Datler et al., 2005, p. 2) deoarece duc la construirea unor relaţii de prietenie şi la crearea unor legături la nivel emoţional care pot constitui baza solidarităţii europene.

### 1.2. Educația civică și cetățenească în context european

În contextul globalizării, educaţia civică şi cetăţenească suferă transformări semnificative, accentul deplasându-se de la noţiunea tradiţională de cetăţenie, bazată pe statul-naţiune, la „concepte supranaţionale de cetăţenie (globală)" (Schulz et al., 2016, p. 4). Accentuând necesitatea reevaluării modelului tradiţional de cetăţenie, Georgi (2008) militează pentru „un concept de cetăţenie flexibil şi mai extins" (107), susţinând că, în Europa globală şi postcolonială, cetăţenia „trebuie să se bazeze pe ideea de „comunitate" care include contextele locale, naţionale, regionale şi transnaţionale în care cetăţenii activează acum simultan" (Georgi, 2008, p. 107). Aşadar, în ţările

din Europa, *curriculum*-ul pentru educaţie civică şi cetăţenească „încorporează o conceptualizare a cetăţeniei pe mai multe niveluri” (Philippou, Keating & Ortloff, 2009, p.292), incluzând nivelul european şi pe cel global.

Cu toate acestea, studiile de specialitate reflectă diversitatea abordărilor curriculare cu privire la educaţia civică şi cetăţenească relevând gradul diferit de prioritizare al acestei discipline în cadrul sistemelor educaţionale (Schulz et al., 2016). Astfel, deşi importanţa competenţelor civice este unanim recunoscută, educaţia civică şi cetăţenească poate fi predată ca disciplină separată (opţională sau obligatorie), poate fi integrată în predarea altor materii (cum ar fi ştiinţele sociale, istoria sau limbile străine), sau poate fi implementată ca „temă cross-curriculară sau prin aşa-numita *abordare la nivelul întregii şcoli*” (Schulz et al., 2016, p. 43). Cele trei abordări nu se exclud reciproc putând fi aplicate concomitent pentru a asigura dobândirea a ceea ce academicienii numesc „European literacy” (alfabetizare europeană) (Georgi, 2008; Du Bois-Reymond, 2002), mai exact, dobândirea cunoştinţelor şi dezvoltarea capacităţii de înţelegere, a gândirii critice şi a raţionamentelor independente care „îi permit individului să înţeleagă ce se întâmplă în viaţa publică la nivel local, naţional, european şi global” (Georgi, 2008, p. 108). Tinerii trebuie, aşadar, să cunoască impactul şi efectele integrării europene, precum şi pârghiile de care dispun pentru a influenţa procesul decizional, atât la nivel naţional, cât şi la nivel european.

În cadrul sistemului educaţional din România, educația civică și cetățenească a fost inclusă în aria curriculară „Om şi societate” și s-a studiat până în prezent ca materie obligatorie din trunchiul comun timp de patru ani, fiindu-i alocată o oră pe săptămână. În ciclul primar, la clasele a III-a şi a IV-a, materia în cauză a fost predată sub denumirea de „Educaţie civică” iar în ciclul gimnazial, la clasele a VII-a şi a VIII-a, titulatura s-a schimbat, fiind preferată denumirea „Cultură civică” (Ministerul educaţiei naţionale, 2009; 2014). Introducerea educaţiei civice în cadrul învăţământului primar nu constituie o practică frecventă la nivel european unde această disciplină este de regulă întâlnită la nivel gimnazial şi/sau liceal (Eurydice, 2012). În România, în perioada liceului, educaţia civică şi cetăţenească apare ca fiind integrată în predarea altor materii (Eurydice, 2012) cum ar fi ştiinţele sociale, istoria sau limbile străine. În plus, abordarea cross-curriculară – care presupune contribuţia tuturor profesorilor la dezvoltarea competenţelor civice semnalate la nivel european – figurează doar ca obiectiv general al întregului sistem de învăţământ, deşi „majoritatea ţărilor europene accentuează educaţia civică în secţiuni privind temele cross-curriculare, competenţele cheie sau ariile curriculare” (Eurydice, 2012, p. 21). Noul plan-cadru pentru gimnaziu, aplicat începând cu anul şcolar 2016-2017, cuprinde însă schimbări semnificative în ceea ce priveşte statutul educaţiei sociale. Integrată în continuare în aria curriculară „Om şi

societate", această disciplină va fi studiată în toţi anii de gimnaziu câte o oră pe săptămână (Ministerul educaţiei naţionale, 2016).

### 1.3. Sursele de informare ale tinerilor europeni

În dinamica noii ere informaţionale, funcţia democratică a media a devenit mai evidentă ca niciodată, presa fiind atât principalul mijloc de comunicare dintre structurile naţionale şi supranaţionale şi cetăţenii de rând, precum şi cea mai populară arenă care găzduieşte dezbaterile publice. Totuși, având în vedere atât complexitate peisajului mediatic, cât şi a factorilor care influenţează participarea politică, anumiți academicieni exclud existenţa unor efecte universale ale consumului de media asupra nivelului de participare politică înregistrat în cazul tuturor categoriilor de cetăţeni (Holt et al., 2013). Valabilitatea corelaţiei depinde, aşadar, de tipul mijloacelor de informare folosite, de motivaţia personală care determină consumul de media şi de nivelul de utilizare din cadrul diferitelor grupuri (Boulianne, 2009; Norris, 2004). Studiile atestă faptul că, în vreme ce tinerii utilizează mai des platformele sociale în scopuri politice, cetăţenii mai în vârstă apelează la media tradiţionale pentru a obţine ştiri din domeniul politic (Holt et al., 2013), cele două tipuri de media nefiind aşadar opozabile, ci complementare, ambele influenţând nivelul de participare politică al unei anumite categorii de public.

În ultimii ani, teoreticienii semnalează o intensificare constantă a procesului de politizare a integrării europene (Rauh, 2016; Hutter & Grande, 2014) care se referă la faptul că, ieşind treptat de sub monopolul elitelor, dezbaterea şi elaborarea politicilor europene se deplasează din spatele uşilor închise spre sfera publică pătrunzând tot mai mult, prin intermediul media, în câmpul vizual al maselor. Copsey (2015) oferă şi o posibilă explicaţie pentru acest fenomen constatând că, dacă înainte de criză anumite subiecte dezbătute de elitele europene (cum ar fi criza zonei euro şi rata ridicată a şomajului, în special în rândul tinerilor) reprezentau simple riscuri sau previziuni sumbre, „criza mondială le-a transformat pe toate într-o realitate incomodă" (p. 4).

Cu toate acestea, spaţiul restrâns alocat subiectelor europene în media naţionale şi locale şi perspectiva naţională care domină relatarea temelor europene sunt semnalate în „Cartea albă privind comunicarea" (COM (2006) 35 final) ca fiind una dintre cauzele care împiedică formarea unei sfere publice europene bazate pe dialog şi dezbatere. Rezultatele studiului intitulat „Media and Young Citizens' Engagement in the EU" (Papes & Stoycheva, 2013), realizat în rândul populaţiei cu vârste cuprinse între 18 şi 35 de ani provenind din toate statele membre ale Uniunii Europene, indică faptul că tinerii resimt „o lipsă acută (în media) a informaţiilor cu privire la politicile europene şi mai ales la activităţile zilnice desfăşurate de reprezentanţii lor la Bruxelles" (p. 19).

Una dintre recomandările pentru îmbunătăţirea comunicării la nivel european enunţate în studiul menționat mai sus vizează abordarea tinerilor prin intermediul canalelor pe care aceştia le accesează cel mai des. Cu toate acestea, academicienii semnalează faptul că instrumentele de deliberare virtuale au fost adaptate într-un ritm prea lent de actorii de pe scena politică iar noile media sunt mai degrabă percepute ca un instrument alternativ care serveşte organizării politice şi prestării de servicii sau sunt folosite pe post de mediu promoţional suplimentar care facilitează comunicarea unidirecţională prin numărul mare de receptori (Davis, 2010; Dahlgren, 2013). Simpla distribuire a informaţiilor prin intermediul acestor canale nu este însă suficientă pentru a stârni interesul tinerilor şi a determina implicarea acestora în procesul decizional. Accentuând importanţa stabilirii unui flux comunicaţional bidirecţional, bazat pe *feedback* şi dezbateri, Karantzeni și Gouscos (2013), consideră că „instituţiile europene nu au reuşit încă să atragă un număr mare de cetăţeni deoarece prezenţa lor pe reţelele de socializare este marcată de un stil birocratic şi lipsit de identitate care nu stimulează interactivitatea şi comunicarea veritabilă" (p. 491).

### 1.4. Tânăra generație și participarea politică

Aparenta lipsă de implicare a tinerei generaţii în viaţa politică şi socială stârneşte interes în sfera academică şi îngrijorare pe scena politică. O parte semnificativă a literaturii de specialitate relevă însă faptul că tinerii nu sunt apatici în cea ce priveşte politica, dar că spectrul activităţilor politice şi sociale s-a diversificat iar tânăra generaţie este atrasă de noi forme de participare (Dalton 2009; Norris 2004; Sloam 2013; Spannring et al. 2008). Ideea că nu ne confruntăm cu o criză a participării politice în rândul tinerilor din Europa sau cu un dezinteres total faţă de politică este susținută și de teoreticienii care semnalează faptul că unii tineri „sunt chiar mai activi decât majoritatea adulţilor, în special prin intermediul activităţilor de voluntariat şi platformelor online" (Cammaerts et al., 2016, p. 198). Mai mult decât atât, studiile atestă faptul că „o majoritate clară a tinerilor îşi doresc mai multe oportunităţi de a-şi spune cuvântul în modul în care sunt guvernaţi" (Cammaerts et al., 2016, p. 198). Potrivit uneia dintre cele mai răspândite definiţii, participarea politică „are intenţia sau efectul de a influenţa activitatea guvernamentală – fie în mod direct, prin influenţarea elaborării sau implementării politicilor publice sau indirect, prin influenţarea alegerii oamenilor care elaborează aceste politici" (Verba et al., 1995, p. 38).

Pierderea încrederii în politicieni şi partide politice, precum şi incapacitatea acestora de a soluţiona probleme complexe în contextul integrării europene şi al globalizării (Harris, Wyn and Younes, 2010; Sloam, 2013) au făcut ca tinerii să se îndepărteze de metodele tradiţionale, electorale, de participare politică (Inglehart and Welzel, 2005). Așadar, numeroase studii (Cammaerts et al., 2016; Yamamoto et al. 2014; Sloam, 2013; Gaiser et al. 2010) susţin faptul că

tinerii sunt mai atraşi decât restul populaţiei de metodele alternative de implicare politică şi socială cum ar fi participarea la proteste/demonstraţii, semnarea de petiţii pe internet, luarea de poziţie pe platforme sociale şi forumuri online sau înscrierea în asociaţii locale şi organizaţii nonguvernamentale.

Expresivitatea formelor de participare politică agreate de tineri este determinată şi de noile tehnologii care permit „un schimb de informaţii şi de judecăţi de valoare în care emoţia şi experienţa nu sunt ignorate, ci acceptate ca parte integrantă a procesului de formare a opiniilor" (Hermes, 2006, p. 305). Teoreticienii susţin importanţa diversităţii canalelor de participare existente într-o societate democratică şi consideră că „aceste forme noninstituţionale de participare politică contribuie la formarea unei culturi civice vibrante şi sunt la fel de relevante pentru democraţie precum participarea la vot o data la câţiva ani sau apartenenţa la un partid politic" (Cammaerts et al., 2016, p. 198).

Anumite studii certifică eficienţa măsurilor de „învăţare a participării" accentuate în Strategia UE pentru Tineret (2009) susţinând că tinerii care au acces la proiecte de voluntariat vor fi activi pe scena politică la maturitate (Campbell, 2006). Mai mult decât atât, numeroși teoreticieni observă că identificarea europeană este mai puternică în rândul tinerilor activi din punct de vedere social şi politic la nivel local şi naţional (Jamieson et al., 2005), ipoteză validată şi în cazul populaţiei adulte (Hadler et al. 2012).

# 2. Metodologie

Pentru a identifica modul în care elevii de liceu chestionați percep Uniunea Europeană, precum şi factorii care influenţează această percepţie, am recurs la o metodă de cercetare cantitativă: ancheta sociologică pe bază de chestionar. Eşantionul a fost format din elevi din clasele a XI-a şi a XII-a proveniţi de la şase licee care se află în zone diferite ale Bucureştiului şi ocupă poziţii diverse în topul liceelor din Bucureşti prezentat pe site-ul admitereliceu.ro, de la poziţia a 3-a (Colegiul Naţional „Mihai Viteazul"), până la poziţia 31 (Liceul Teoretic „Tudor Vladimirescu"). Topul este realizat în funcţie de media de admitere (40%), media de la examenul de BAC (30%), promovabilitatea la BAC (20%) si media rezultatelor obţinute la olimpiade (10%). Cele şase licee sunt: Colegiul Naţional „Mihai Viteazul", Colegiul Naţional „Cantemir Vodă", Liceul Teoretic „Jean Monnet", Colegiul Naţional „Elena Cuza", Colegiul Naţional „Matei Basarab" şi Liceul Teoretic „Tudor Vladimirescu".

Având în vedere că această cercetare s-a desfășurat doar în licee teoretice din București – neincluzând așadar respondenți din zona rurală, din alte centre urbane sau de la licee tehnologice și vocaționale – rezultatele nu pot fi generalizate la nivel regional sau național. Totuși, deși eșantionul este unul de conveniență, cercetarea indică anumite tendințe care pot constitui un punct de plecare pentru studii viitoare mai ample și contribuie la identificarea unor noi direcții de cercetare care pot fi valorificate prin intermediul cercetării calitative.

În fiecare liceu, chestionarul a fost aplicat în şase clase: trei clase a XI-a şi trei clase a XII-a, primele trei clase, de la fiecare nivel, care aveau ora de dirigenţie prevăzută în orar. Chestionarele au fost, aşadar, aplicate în timpul orelor de curs – la ora de dirigenţie – ceea ce a asigurat o rată de răspuns ridicată, 94,6%, calculată pornind de la premisa că în fiecare clasă se găsesc 30 de elevi. În total, chestionarul a fost aplicat în 36 de clase, 13 clase a XI-a şi 13 clase a XII-a, şi fost completat de 1022 de elevi. Respondenţii au avut vârste cuprinse între 16 şi 19 ani împliniţi, marea majoritate (87,5%) încadrându-se în grupa de vârstă 17-18 ani. Durata de completare a chestionarelor, aplicate în perioada 24 noiembrie – 5 decembrie, 2014, a fost de 15 minute.

Chestionarul (Anexa 1) a cuprins, în total, 44 de întrebări închise împărţite în cinci seturi generale plus întrebările de identificare incluse la finalul chestionarului. Cele cinci seturi principale de întrebări au vizat:

1. contactul elevilor cu Europa (o întrebare multiplă care permite crearea a cinci variabile independente: În ultimele 12 luni ai...? 1. Vizitat o altă ţară din UE? 2. Citit o carte/un ziar/o

revistă în altă limbă decât limba maternă? 3. Discutat cu oameni dintr-o altă ţară din UE? etc.);

2. percepţia tinerilor asupra Uniunii Europene (14 întrebări; exemplu: În general, ce imagine ai despre Uniunea Europeană?);

3. sursele de informare ale tinerilor (9 întrebări, exemplu: Când cauţi informaţii despre Uniunea Europeană, ce surse foloseşti?);

4. mobilizarea cognitivă spre Europa (6 întrebări, exemplu: Se discută în clasă chestiuni europene la celelalte materii, în afara activităţilor/cursurilor menţionate mai sus?);

5. participarea politică în rândul tinerilor (4 întrebări, exemplu: Dacă săptămâna viitoare ar avea loc alegeri naţionale/europene şi ai avea drept de vot, ai merge la vot sau nu?).

Setul final de întrebări a fost format din variabile sociodemografice (vârsta, sexul, clasa, liceul, media obţinută în anul şcolar precedent, venitul familiei, nivelul de studii al mamei şi al tatălui, mediul de rezidenţă al părinţilor).

Majoritatea întrebărilor au fost întrebări simple, închise, cu 3 până la 5 atribute plus varianta „nu ştiu/nu răspund" (Exemplu: Câtă încredere ai în Uniunea Europeană? 5. Foarte multă, 4. Destul de multă, 3. Nici multă, nici puţină, 2. Destul de puţină, 1. Foarte puţină, 99. Nu ştiu/Nu răspund). Singura întrebare cu două variante de răspuns le cerea respondenţilor să indice – dintre 9 atribute plus categoriile „Altele. Care?" şi „Nu ştiu/Nu răspund" – cele mai bune două metode prin care vocea lor poate fi auzită de conducătorii politici. Chestionarul a inclus şi întrebări multiple care au permis formarea mai multor variabile independente (Exemplu: În ce măsură ai încredere în următoarele surse de informare din România? 1. Presa scrisă, 2. Radio, 3. Televiziune, 4. Internet; atribute: 5. În foarte mare măsură, 4. În mare măsură, 3. Nici în mare, nici în mică măsură, 2. În mică măsură, 1. În foarte mică măsură/deloc, 99. Nu ştiu/Nu răspund). De asemenea, chestionarul a inclus şi întrebări care le cereau respondenţilor să indice pe o scală de tip Likert cu şapte trepte, unde 1 înseamnă „niciodată" iar 7 „foarte des", cât de des desfăşoară o anumită activitate (Exemplu: cât de des vorbeşti cu prietenii, familia, colegii despre chestiuni legate de Uniunea Europeană?).

Pornind de la cele cinci seturi de întrebări pe baza cărora a fost structurat chestionarul, au fost elaborate cinci ipoteze complexe:

1. Dacă elevii consideră că au beneficiat de mai multe avantaje decât dezavantaje de pe urma apartenenţei la UE, atunci au o imagine mai bună despre UE, au mai multă încredere în

această structură, sunt mai ataşaţi de ea, îşi asumă mai uşor statutul de cetăţeni ai UE, iar sentimentul lor că sunt europeni este mai puternic.

2. Cu cât gradul de contact cu Europa este mai accentuat în rândul elevilor, cu atât aceştia au o imagine mai bună despre UE, au mai multă încredere în această structură, sunt mai ataşaţi de ea, îşi asumă mai uşor statutul de cetăţeni ai UE, iar sentimentul lor că sunt europeni este mai puternic.

3. Cu cât creşte consumul de ştiri în rândul tinerilor, cu atât aceştia au o imagine mai bună despre UE, au mai multă încredere în această structură, sunt mai ataşaţi de ea, îşi asumă mai uşor statutul de cetăţeni ai UE, iar sentimentul lor că sunt europeni este mai puternic.

4. Dacă elevii sunt expuşi în mediul şcolar la informaţii despre Uniunea Europeană, atunci au o imagine mai bună despre UE, au mai multă încredere în această structură, sunt mai ataşaţi de ea, îşi asumă mai uşor statutul de cetăţeni ai UE, iar sentimentul lor că sunt europeni este mai puternic.

5. Cu cât tinerii sunt mai activi din punct de vedere politic şi social, cu atât aceştia au o imagine mai bună despre UE, au mai multă încredere în această structură, sunt mai ataşaţi de ea, îşi asumă mai uşor statutul de cetăţeni ai UE, iar sentimentul lor că sunt europeni este mai puternic.

În ansamblu, demersul nostru şi-a propus să atingă trei obiective principale. Principalul obiectiv al lucrării vizează identificarea modului în care elevii din clasele a XI-a şi a XII-a percep Uniunea Europeană. Vor fi urmărite în special încrederea pe care aceştia o au în proiectul european, conştientizarea influenţei exercitate de UE, ataşamentul faţă de Uniunea Europeană, dezvoltarea unei identităţi europene şi asumarea statutului de cetăţean al Uniunii Europene, evaluarea apartenenţei la UE prin prisma avantajelor şi dezavantajelor resimţite pe plan personal, asocierea Uniunii Europene cu anumite valori şi, nu în ultimul rând, imaginea generală pe care tinerii o au despre UE. Vor fi evidenţiate raporturile şi corelaţiile dintre aceste date care compun perspectiva tinerilor pentru a putea identifica posibile cauze şi condiţionări. De asemenea, datele vor fi încadrate în context naţional şi european pentru a putea identifica şi prezenta tendinţa din rândul noii generaţii de europeni din România în paralel cu tendinţele înregistrate în cazul populaţiei adulte.

Al doilea obiectiv urmăreşte prezentarea anumitor factori care pot influenţa modul în care elevii români privesc Uniunea Europeană. Aceşti factori se referă la frecvenţa implicării în discuţii cu prietenii, familia, colegii despre chestiuni legate de Uniunea Europeană, sursele de informare folosite în general şi pentru a obţine informaţii despre UE, încrederea tinerilor în principalele surse

de informare din România, autoevaluarea cunoştinţelor despre UE, expunerea în mediul şcolar la informaţii despre UE, contactul cu spaţiul european, intenţia de a participa la alegerile europene şi implicarea în activităţi politice şi sociale la nivel local şi naţional. Vor fi evidenţiate corelaţiile dintre aceşti factori precum şi raportul dintre aceştia şi anumite percepţii ale tinerilor.

Al treilea obiectiv vizează identificarea şi compararea factorilor care exercită o influenţă semnificativă asupra imaginii pe care tinerii o au despre UE, încrederii în proiectul european, ataşamentului faţă de UE, identificării ca european în general şi ca cetăţean al Uniunii Europene. Pentru atingerea acestui obiectiv a fost folosită regresia liniară, iar cele cinci variabilele enumerate mai sus au fost incluse în analiză ca variabile dependente.

# 3. Interpretarea datelor

Principalul obiectiv al cercetării vizează identificarea modului în care elevii chestionați percep Uniunea Europeană şi evidenţierea raporturilor şi corelaţiilor dintre datele care compun perspectiva tinerilor pentru a putea identifica posibile cauze şi condiţionări.

O anumită parte a literaturii de specialitate semnalează că susţinerea de care se bucura Uniunea Europeană în rândul tinerilor s-a redus în urma numeroaselor crize care au afectat spaţiul european în ultimii ani. Rezultatele cercetării de față confirmă această tendinţă. Deşi majoritatea elevilor români chestionaţi s-au declarat mai optimişti în ceea ce priveşte evoluţia Uniunii Europene (57,7%) decât evoluţia ţării lor (45,7%), nivelul optimismului este considerabil mai scăzut decât cel înregistrat la nivel naţional (73%), românii ocupând locul al doilea, după irlandezi, pe podiumul celor mai optimiste popoare cu privire la viitorul Uniunii Europene. Posibilitatea ca optimismul rezervat al tinerilor români să fie alimentat de scepticismul legat de situaţia naţională este sugerată de faptul că mai mult de o treime dintre tinerii (37,3%) care consideră că UE se îndreaptă într-o direcţie bună se declară pesimişti cu privire la evoluţia ţării. Datele indică, de asemenea, gradul crescut de incertitudine cu privire la evoluţia Uniunii Europene, sugerând lipsa informaţiilor cu privire la această structură sau lipsa interesului privind aspectele supranaţionale.

Mai mult decât atât, aproape jumătate dintre elevii chestionaţi (46,8%) susţin că nu au nici multă, nici puţină încredere în UE (Anexa 2, Fig.1). Aşadar, aceştia tind să aibă mai multe îndoieli cu privire la activitatea Uniunii Europene decât populația adultă având în vedere să numărul celor care susțin că au destul de multă sau foarte multă încredere în UE (37,6%) se apropie mai mult de media europeană la nivelul întregii populaţii (32%) decât media înregistrată la nivelul ţării (58%) (EB 84, 2016). Mai mult decât atât, deşi nivelul de încredere în rândul tinerilor chestionați depăşeşte uşor media europeană, acesta se situează sub media înregistrată la nivel european în cazul categoriei de vârstă 15-24 de ani (43%).

Analiza datelor indică, totodată, că încrederea tinerilor români în UE pare să fie influenţată de un ansamblu complex de factori având în vedere că, atât ataşamentul faţă de UE, cât şi evaluarea pozitivă în termeni de costuri şi beneficii a apartenenţei la UE sunt corelate pozitiv cu nivelul de încredere în proiectul european. Totuşi, legătura dintre ataşament şi încredere, două atribute care se încadrează în sfera emoţională, este puţin mai puternică decât cea dintre evaluarea pragmatică, din perspectivă utilitaristă, a apartenenţei la UE şi încrederea în mecanismul european. Acest fapt confirmă teoriile potrivit cărora implicaţiile sociale – care dau naştere la relaţii de prietenie şi

ataşamente – au o relevanţă mai mare decât cele economice în procesul de stimulare a anumitor aspecte ale identităţii europene.

Cerecetarea indică faptul că majoritatea tinerilor chestionaţi (63,7%) se definesc ca fiind în primul rând români, dar şi europeni (Anexa 2, fig. 2) confirmând literatura de specialitate potrivit căreia identitatea europeană a depăşit limitele unui simplu concept teoretic şi a început să fie percepută în lumea materială de către cetăţenii obişnuiţi. O altă teorie confirmată de aceste rezultate se referă la faptul că identitatea europeană este de regulă resimţită ca o identitate secundară care nu anulează şi nu intră în contradicţie cu identitatea naţională – o identitate care pare să îşi păstreze întâietatea în mintea şi în inima tinerilor europeni.

Totuşi, deşi tinerii chestionaţi se identifică – într-o măsură mai mare decât populaţia adultă din România (55%) şi din Europa (51%) (EB 84, 2016) – atât ca români, cât şi ca europeni, identificarea ca european poate simboliza deschiderea spre vestul continentului şi distanţarea de trecutul comunist simbolizat de influenţa rusească. Mai mult decât atât, identificarea ca european în general poate fi asociată cu Europa în ansamblu – privită ca o alternativă la spaţiul naţional şi o şansă spre un viitor prosper – nefiind relaţionată în mod necesar cu Uniunea Europeană. Această ultimă ipoteză este confirmată de faptul că rezultatele înregistrate în rândul elevilor români chestionaţi se apropie foarte mult de cele înregistrate, la nivel european, în cazul categoriei socioprofesionale a managerilor (63%). Datele confirmă, aşadar, teoria lui Fligstein (2009) privind probabilitatea ca tinerii şi elitele – care beneficiază de avantajele mobilităţii, vorbesc limbi străine şi interacţionează cu oameni din alte ţări – să se identifice ca europeni cu mai multă uşurinţă decât restul populaţiei.

Semnalând faptul că identificarea ca european în general nu presupune în mod necesar raportarea la Uniunea Europeană, numărul respondenţilor care declară că nu se simt cetăţeni ai UE (37,9%) depăşeşte de această dată atât media naţională (35%), cât şi media europeană (34%), deşi, la nivel european, cei din categoria de vârstă 15-24 de ani manifestă cel mai puternic simţ al cetăţeniei europene (doar 26% declară că nu se simt cetăţeni ai UE) (Anexa 2, fig. 3). În ceea ce îi priveşte pe elevii români, rezervele acestora referitoare la asumarea statutului de cetăţean european pot fi determinate de statutul României de nou stat membru al Uniunii Europene şi de constrângerile resimţite de tineri în exercitarea deplină a drepturilor derivate din statutul de cetăţean al UE. În plus, UE este frecvent asociată cu statele dezvoltate din vestul Europei, iar decalajul economic şi social dintre aceste state şi fostele ţări comuniste din sud-estul Europei duce la crearea unui complex de inferioritate în rândul cetăţenilor din a doua categorie de state, după cum semnalează teoreticienii. De asemenea, perspectiva elevilor români poate fi influenţată de conceptul

de „cetăţean european de rangul doi” şi de imaginea pe care ceilalţi europeni o au despre România. Perspectiva celorlalţi – resimţită adesea ca discriminatorie – este frecvent exprimată în contextul discuţiilor privind intrarea în spaţiul Schengen şi migraţia intraeuropeană.

În concluzie, o mare parte dintre elevii chestionaţi se simt români, dar şi europeni, însă mulţi dintre ei manifestă anumite rezerve în ceea ce priveşte asumarea statutului de cetăţean al Uniunii Europene. Acest fapt indică existența unei identități culturale independente de structura politică reprezentată de UE. Valoarea destul de redusă a corelaţiei stabilite între tendinţa de identificare ca european şi cea de asumare a statutului de cetăţean al UE ($\rho$ =.287) confirmă această ipoteză.

În ceea ce priveşte conştientizarea impactului pe care deciziile adoptate la Bruxelles îl au asupra vieţii de zi cu zi a tinerilor, asupra viitorului lor, asupra situaţiei economice din România şi asupra felului în care gândesc tinerii studiul relevă tendinţa tinerilor de a considera că influenţa exercitată de UE este cel puţin moderată (Anexa 2, tabel 1). Mai mult decât atât, majoritatea respondenților realizează că situaţia economică din România (61,8%) şi viitorul lor (57,6%) depind în mare parte de strategiile elaborate la nivel european. Aşadar, rezultatele infirmă teoriile potrivit cărora tinerii nu conştientizează factorul de impact al politicilor europene, ceea ce determină identitatea europeană scăzută şi lipsa de interes faţă de proiectul european. Totuşi, faptul că tinerii români consideră că deciziile Uniunii Europene influenţează destul de mult situaţia economică din România poate fi o consecinţă a conştientizării dificultăţilor cu care se confruntă România pe acest plan şi a imposibilităţii de a le depăşi fără sprijin extern şi nu indică în mod necesar cunoaşterea modului de funcţionare a mecanismului european. De asemenea, având în vedere că UE este asociată frecvent cu libera circulaţie, impactul deciziilor adoptate la Bruxelles asupra viitorului lor poate fi la rândul lui asociat cu posibilitatea de a studia, de a găsi un loc de muncă şi de a se stabili într-o altă ţară din spaţiul european, fără a fi luate în calcul efectele acestor decizii pe plan naţional.

În ceea ce priveşte ataşamentul tinerilor faţă de Uniunea Europeană (Anexa 2, fig. 4), rezultatele confirmă literatura de specialitate care susţine că identitatea europeană este una nonemoţională având în vedere că marea majoritate a respondenţilor nu au dezvoltat un ataşament faţă de UE comparabil cu cel resimţit faţă de naţiune şi localitate. Rezultatele arată că ataşamentul elevilor chestionaţi faţă de UE (40,4%) se situează atât sub media naţională (60%), cât şi sub media europeană (49%). La nivel european, în cazul categoriei de vârstă 15-24 de ani, ataşamentul faţă de UE este cel mai accentuat, 55% (EB 84, 2016).

Ataşamentul puternic semnalat în rândul elevilor chestionați faţă de localitate – eventual accentuat şi de faptul că, în cazul de faţă, este vorba despre capitala ţării – pare să confirme şi teoria

potrivit căreia tinerii europeni se identifică cel mai bine cu cei din imediata lor apropiere (Boehnke & Fuss, 2008), dezvoltând, aşadar, un ataşament destul de puternic faţă de oraşul, sau chiar cartierul, în care locuiesc (Osler & Starkey, 2003). În plus, corelaţia dintre ataşamentul faţă de România şi ataşamentul faţă de UE se dovedeşte destul de slabă (ρ =.222) infirmând teoriile potrivit cărora, în general, cetăţenii care se simt ataşaţi de naţiune, dezvoltă sentimente de ataşament şi faţă de UE. Mai mult decât atât, o mare parte dintre tinerii chestionați nu se simt atașați de UE chiar dacă se identifică în general ca europeni (52,4%) sau dacă se simt cetățeni ai UE (46,8%).

Corelaţie pozitivă, dar destul de slabă (ρ =.246), între încrederea în UE şi dorinţa ca aceasta să joace un rol mai important în viitor sugerează din nou optimismul rezervat al tinerilor şi îndreptarea către Uniunea Europeană din lipsa unei opţiuni mai atractive. Mai mult decât atât, perspectiva pragmatică a tinerei generaţii asupra proiectului european, o perspectivă din care componenta emoţională lipseşte, este confirmată şi de numărul mare de elevi care susţin că le-ar fi indiferent dacă UE ar dispărea (39%).

În ceea ce priveşte evaluarea Uniunii Europene din perspectivă civică şi instrumentală (Anexa 2, fig. 5), majoritatea respondenţilor au considerat că apartenenţa la Uniunea Europeană le-a adus avantaje şi dezavantaje în egală măsură (41,5%), situându-se din nou într-o poziţie de neutralitate şi evitând asumarea unei atitudini pro- sau antieuropene. Numărul elevilor care nu deţin suficiente informaţii despre efectele apartenenţei României la UE pentru a le evalua – fie pozitiv, fie negativ – este şi de data aceasta destul de mare (14,5%). Ca şi în cazul celorlalte întrebări, numărul mare de răspunsuri „nu ştiu” poate sugera fie o lipsă de interes, fie o lipsa de informaţii cu privire la proiectul european şi la efectele acestuia. Atât lipsa de interes, cât şi lipsa de informaţii – fenomene corelate de altfel – în rândul elevilor din clasele a XI-a şi a XII-a indică însă anumite deficienţe ale sistemului de învăţământ şi ale sistemului media românesc.

Corelaţia pozitivă stabilită între identificarea ca cetăţean al UE şi evaluarea efectelor apartenenţei la UE în termeni pozitivi (ρ =.294) indică afirmarea în rândul tinerei generaţii a unei identităţi europene instrumentale bazate pe analizarea raportului dintre costuri şi beneficii. Rezultatele confirmă astfel studiile anterioare potrivită cărora Europa este construită în termeni pozitivi din perspectivă civică, tinerii apreciind libertatea de a studia, de a munci şi de a locui în altă ţară, precum şi avantajele economice ale aderării la UE şi susţinerea politică asigurată ca urmare a apartenenţei la această structură (Ross, 2015). Accentuând diferenţa dintre identificarea ca european în general şi asumarea statutului de cetăţean al UE, conştientizarea avantajelor apartenenţei la UE influenţează într-o măsură mai mare statutul de cetăţean al UE decât identificarea ca european în general (ρ =.206). Ce toate acestea, analizele indică faptul că, pentru dezvoltarea sentimentelor de

ataşament faţă de UE, conştientizarea avantajelor economice ale apartenenţei la UE nu se dovedeşte un stimul la fel de puternic, confirmând convingerea lui Jacques Delors, fost preşedinte al Comisiei Europene, că „oamenii nu se îndrăgostesc de o piaţă" (Castano 2004, p. 41).

Întrebaţi ce reprezintă Uniunea Europeană pentru ei, în mod previzibil şi confirmând literatura de specialitate, marea majoritate a tinerilor (92,7%) au asociat-o cu libertatea de a călători, studia şi munci în orice parte a UE. Această opţiune sugerează din nou o evaluarea a Uniunii Europene dintr-o perspectivă civică şi instrumentală care se concentrează pe drepturi şi avantaje materiale, libera circulaţie constituind unul dintre cele mai evidente şi accesibile avantaje oferite de integrarea în structura supranaţională. De asemenea, asocierea Uniunii Europene cu conceptul de „democraţie" (75%) reprezintă o reacţie previzibilă într-o fostă ţară comunistă.

În ceea ce priveşte imaginea Uniunii Europene (Anexa 2, fig. 6), rezultatele confirmă literatura de specialitate potrivit căreia tinerii au o impresie mai bună despre UE decât restul populaţiei. Astfel, numărul elevilor români care afirmă că au o imagine pozitivă despre UE (57,8%) se apropie foarte mult de media națională la nivelul total al populației (57%) și depășește atât media europeană generală (37%), cât și media înregistrată în cazul categoriei de vârstă 15-24 de ani (48%), segment în care găsim cea mai bună imagine a UE. Aşadar, în ciuda faptului că tinerii români chestionaţi nu au foarte multă încredere în UE, au mai multe ezitări decât tinerii europeni din categoria de vârstă 15-24 de ani în a-şi asuma statutul de cetăţeni ai UE şi, în general, nu manifestă sentimente de ataşament faţă de aceată structură, majoritatea au o imagine pozitivă despre Uniunea Europeană. Având însă în vedere că marea lor majoritate asociază UE cu libertatea de a călători, a studia şi a munci în altă ţară şi, asociind acest aspect cu entuziasmul specific vârstei şi, în special, cu perspectiva valorificării într-un viitor apropiat a avantajelor apartenenţei la UE, imaginea pozitivă de care se bucură mecanismul european este în oarecare măsură explicabilă. În plus, analiza datelor arată că majoritatea tinerilor care au deja o imagine neutră despre UE nu îşi asumă statutul de cetăţean al UE (52,8%) şi declară că nu se simt ataşaţi de UE (70,7%). Mai mult decât atât – aşa cum se întâmplă şi în cazul populaţiei adulte din România – impresia pe care tinerii o au despre UE este influenţată şi de perspectiva lor asupra situaţiei interne având în vedere că unul din trei elevi care au o imagine pozitivă despre UE consideră că România se îndreaptă într-o direcţie greşită. În cazul celor care susţin că au o imagine neutră despre Uniune, părerile cu privire la viitorul ţării sunt împărţite în mod egal, unul din doi elevi exprimându-şi deschis pesimismul.

Al doilea obiectiv al cercetării vizează prezentarea anumitor factori care pot influenţa modul în care elevii români privesc Uniunea Europeană, evidenţierea corelaţiilor dintre aceşti factori precum şi a raportului dintre aceştia şi anumite percepţii ale tinerilor.

Întrebaţi în ce măsură sunt interesaţi de informaţiile legate de Uniunea Europeană (Anexa 2, fig. 7), majoritatea elevilor chestionaţi (45,8%) şi-au declarat, din nou, neutralitatea afirmând că obţinerea informaţiilor despre UE nu îi preocupă nici în mică, nici în mare măsură. Aşadar, rezultatele confirmă teoriile care susţin că temele europene nu reuşesc, în general, să stârnească interesul tinerilor. În plus, o corelație semnificativă și pozitivă, însă destul de slabă (ρ =.159) denotă faptul că nici elevii care consideră că au beneficiat de mai multe avantaje decât dezavantaje de pe urma apartenenţei României la UE nu sunt mult mai interesaţi de informaţiile cu privire la UE. Deşi se menţine sub valoarea unei corelaţii medii (ρ =.245), legătura dintre ataşament şi interesul faţă de chestiunile europene se dovedeşte totuşi mai puternică.

Cauzele lipsei de interes pot fi multiple. Una dintre cauze o poate constitui modul în care subiectele europene sunt tratate în media tradiţionale. Acestea sunt prezentate fie în termeni specializaţi sau abstracţi care, plasând Uniunea Europeană într-o sferă inaccesibilă, elitistă, menţin distanţa dintre aceasta şi cetăţenii obişnuiţi, fie în mod superficial, neacordând temelor europene importanţa cuvenită. O altă tendinţă, semnalată în literatura de specialitate, care poate susţine lipsa de interes faţă de subiectele europene o constituie prezentarea acestora din perspectivă naţională – abordare care poate duce la pierderea dimensiunii europene a subiectului şi la perceperea lui ca problemă de ordin intern. Mai mult decât atât, în ceea ce priveşte transmiterea informaţiilor despre UE în sfera digitală, incapacitatea adaptării mesajului, atât în ceea ce priveşte forma, cât şi conţinutul, la caracteristicile noilor canale de comunicare şi imposibilitatea distanţării de stilul clasic, propagandistic, de comunicare unidirecţională îi poate îndepărta pe tineri de temele europene nereuşind să le capteze atenţia şi să le stârnească interesul.

În ceea ce îi priveşte pe elevi, lipsa de interes privind informaţiile despre Uniunea Europeană nu este însă cauzată numai de stilul de abordare a acestor subiecte în media tradiţionale şi digitale. Astfel, după cum semnalează academicienii, dezbaterea subiectelor europene în mediul familial şi şcolar determină în mare măsură atitudinea şi interesul tinerilor faţă de Uniunea Europeană. Prin urmare, lipsa abordării acestor subiecte în discuţiile cu părinţii şi prietenii sau cu profesorii și colegii are consecinţe atât asupra măsurii în care tinerii sunt interesaţi de ce se întâmplă în Uniunea Europeană, cât şi asupra formării deprinderii de a se informa în această privinţă.

Confirmând rezultatele studiilor anterioare (Quintelier et al., 2014), datele indică faptul că Uniunea Europeană nu constituie un subiect de discuţie popular în mediul familial sau în cercul de prieteni. Cu toate acestea, frecvenţa implicării în discuţii despre UE pare să influenţeze gradul de asumare a statutului de cetăţean al UE, identificarea ca european în general şi, într-o măsură mai mare, dezvoltarea sentimentelor de ataşament faţă de UE. Rezultatele confirmă aşadar importanţa

proceselor de socializare – atât a celor primare, desfăşurate în cadrul familiei, cât şi a celor secundare, desfăşurate în mediul şcolar, în cercul de prieteni sau prin intermediul canalelor media – în determinarea atitudinii tinerilor faţă de proiectul european.

În ceea ce priveşte sursele de informare, datele înregistrate în rândul elevilor chestionați cu privire la utilizarea internetului şi a reţelei sociale Facebook (92,8% accesează zilnic internetul, iar 77,7% Facebook-ul) se apropie foarte mult de cele înregistrate la nivel european în cadrul categoriei de vârstă 15-24 de ani. Cu toate acestea, în ciuda popularităţii de care se bucură mediul online în rândul tinerilor şi aşa cum se observă şi la nivel european, televizorul rămâne o sursă de informaţii importantă (49,6% dintre respondenți se uită zilnic la TV). Mai mult decât atât, consumul de ştiri se menţine destul de ridicat (Anexa 2, fig. 8) ceea ce pare să susţină ipoteza vehiculată în literatura de specialitate potrivit căreia tinerii nu sunt apatici, ci doresc să fie la curent cu ce se întâmplă în ţară şi în lume (Cammaerts et al., 2016). Totuşi, citirea ştirilor pe internet şi de pe site-urile ziarelor, fapt care implică o selecţie personală a subiectelor, nu garantează informarea cu privire la chestiuni politice, economice şi sociale având în vedere că, potrivit cercetătorilor, ştirile citite de tineri pe internet au adesea caracter monden, referindu-se cu precădere la celebrităţi şi evenimente din sfera divertismentului şi mai puţin la politicieni şi la evenimente de pe scena politică. Acest fapt subliniază, aşadar, importanţa calităţii buletinelor de ştiri difuzate la televizor şi urmărite frecvent de majoritatea respondenţilor.

În ceea ce priveşte relaţia dintre urmărirea ştirilor, la televizor sau pe internet, şi încrederea tinerilor în UE, analizele indică lipsa unei corelaţii puternice ceea ce sugerează redarea insuficientă a subiectelor europene în media tradiţionale şi digitale din România sau tratarea acestora dintr-o perspectivă strict naţională care duce la estomparea sau chiar la pierderea dimensiunii europene a subiectelor. În plus, consumul de ştiri nu pare să contribuie foarte mult nici la formarea imaginii pe care tinerii o au despre UE. Aşadar, concentrându-se pe planul intern, organizaţiile media româneşti riscă să îşi piardă influenţa majoră exercitată asupra procesului de consolidare a identităţii europene semnalată de teoreticieni (Bruter, 2003).

Întrebaţi câtă încredere au în principalele sursele de informare (Anexa 2, fig. 9), elevii au dezvăluit o atitudine destul de rezervată faţă de mesajele transmise în media, deşi, la nivel naţional, încrederea românilor în sursele de informare depăşeşte în general media europeană. Datele par să sugereze, aşadar, dezvoltarea spiritului critic în rândul tinerilor, acesta constituind unul dintre principalele obiective ale educaţiei civice şi cetăţeneşti. Tendinţa elevilor de a pune sub semnul întrebării veridicitate mesajelor transmise în media se răsfrânge însă şi asupra încrederii pe care tinerii o au în UE. Totuşi, analiza datelor relevă faptul că tinerii care tind să aibă încredere în

mesajele transmise la televizor, par să aibă încredere şi în UE într-o măsură mai mare decât cei care au încredere în radio, în internet şi în presa scrisă. Rezultatele confirmă, aşadar, încă o dată, importanţa mijloacelor tradiţionale de informare în masă în procesul de diseminare a informaţiilor despre Uniunea Europeană. Valoarea scăzută a corelațiilor indică însă și o încredere destul de scăzută în informaţiile despre UE regăsite în media sau prezenţa mult prea redusă a subiectelor europene în media din România pentru a influenţa în mare măsură percepţia tinerilor despre UE.

În ceea ce priveşte ierarhia surselor de informare folosite de elevi atunci când caută informaţii despre UE (Anexa 2, fig. 10), internetul ocupă prima poziţie, fiind urmat de televiziune. Prin urmare, datele indică atât importanţa mijloacelor tradiţionale de informare, cât şi a celor moderne în facilitarea comunicării dintre UE şi cetăţenii săi. Mai mult decât atât, în ciuda faptului că, potrivit rezultatelor redate mai sus, Uniunea Europeană nu constituie un subiect de discuţie popular în mediul familial şi în cercul de prieteni, discuţiile cu rudele, prietenii, colegii şi profesorii ocupă a treia poziţie în topul surselor de informare cu privire la UE.

Întrebați spre ce tipuri de site-uri se orientează atunci când caută informați despre UE, majoritatea respondenților (66,3%) au declarat că preferă să acceseze site-urile oficiale ale instituțiilor. Pe următoarele poziții se situează rețelele sociale și site-urile informaționale. La nivel european, ierarhia este dominată de site-urile informaționale, urmate de site-urile oficiale și de rețelele sociale. În cazul categoriei de vârstă 15-24 de ani, rețelele sociale ocupă poziţia secundă, la egalitate cu site-urile oficiale ale instituțiilor (EB 84, 2016). Așadar, faptul că elevii chestionaţi preferă să acceseze site-urile oficiale ale instituţiilor pentru a afla informaţii despre UE contrazice teoriile conform cărora tinerii nu au încredere în informaţiile distribuite de instituţii şi politicieni prin intermediul unor canale cu caracter rigid şi propagandistic (Livingstone, 2009). Se impune însă precizarea că, în general, cetăţenii din România tind să aibă mai multă încredere în autorităţile şi instituţiile europene decât cetăţenii din alte state membre, încredere bazată, în mare parte, pe lipsa de încredere în autorităţile naţionale. Urmând o logică similară, încrederea elevilor în reţelele sociale poate fi determinată de lipsa generală de încredere a tinerilor români în mesajele transmise de autorităţile publice naţionale şi de suspiciunile cu privire la obiectivitatea şi independenţa organizaţiilor media din România, atât publice, cât şi private. Prin urmare, orientarea spre noile media – în special intensificarea utilizării platformei de socializare Facebook – pentru stabilirea unui flux comunicaţional bidirecţional eficient şi adaptat stilului de comunicare al tinerei generaţii poate contribui la reducerea distanţei dintre instituţiile europene şi tineri.

Cu toate acestea, exceptând situaţia în care tinerii caută în mod deliberat informaţii despre Uniunea Europeană pe Facebook, rezultatele indică o probabilitate destul de redusă ca aceştia să

găsească informaţii despre subiecte europene în *newsfeed* (rubrica de noutăţi). Doar 5,1% dintre respondenți au declarat că prietenii lor din mediu virtual postează sau distribuie des informații despre chestiuni europene, în vreme ce 18,4% au recunoscut că acest lucru nu se întâmplă niciodată. Chestionați despre propriul comportament pe Facebook, marea majoritate a tinerilor au recunoscut că nu postează (84,5%) și nu distribuie (83,8%) informații sau comentarii despre UE. Accesarea subiectelor referitoare la UE (60,4%) și aprecierea paginilor care au conținut european (55,9%) reprezintă totuși activități puțin mai populare. Pe de altă parte, analiza datelor relevă faptul că expunerea la informații despre UE pe Facebook nu influențează în mod semnificativ statistic imaginea pe care tinerii o au despre. Prin urmare, deşi atât teoreticienii, cât şi oficialii europeni recomandă abordarea tinerilor prin intermediul canalelor pe care aceştia le folosesc cel mai des, datele par să indice faptul că Uniunea Europeană nu a reuşit să dezvolte o strategie eficientă de conectare cu tânăra generaţie prin intermediul noilor mijloace media.

În ceea ce priveşte autoevaluarea cunoştinţelor despre UE, majoritatea elevilor au apreciat că propriile cunoştinţe despre UE se situează uşor sub nivelul mediu (M=3,61). Comparând valorile extreme ale scalei diferenţele se accentuează, numărul elevilor care susţin că nu ştiu nimic sau aproape nimic despre UE fiind de aproape trei ori mai mare decât numărul elevilor care se arată încrezători sau foarte încrezători în cunoştinţele pe care le au în acest domeniu. Aşadar, aceste prime rezultate din setul de întrebări privind mobilizarea cognitivă spre Europa par să indice deficiențele sistemului de învățământ românesc în ceea ce privește pregătirea tinerilor pentru a activa în context european.

Analiza datelor confirmă teoriile potrivit cărora socializarea pe teme europene influenţează modul de raportare al cetăţenilor la Uniunea Europeană şi nivelul de cunoştinţe cu privire la această construcţie politică (Recchi, 2014). Aşadar, a fost identificată o corelaţie destul de puternică (r =.425) între angajarea frecventă în discuţii pe teme europene cu prietenii, familia sau colegii şi aprecierea propriilor cunoştinţe despre UE ca fiind solide. În plus, dacă urmărirea ştirilor la televizor nu influențează în mod semnificativ statistic nivelul de cunoștințe raportat de tineri, elevii care susţin că citesc ştiri pe internet zilnic sau aproape zilnic raportează un nivel al cunoştinţelor despre UE superior celor care fac acest lucru mai rar (M=3,74 vs M=3,25). În acest caz, efectul scăzut al celui mai popular mijloc tradiţional de informare în masa, televizorul, poate fi determinat de nivelul scăzut de redare a subiectelor europene în media tradiţionale şi eventual, de gradul mai scăzut de încredere manifestat de tineri faţă de televiziune comparativ cu internetul. Elevii par, aşadar, să aprecieze că autonomia oferită de mediul digital în ceea ce priveşte alegerea surselor de informare şi selectarea subiectelor este bine valorificată şi conduce la îmbogăţirea cunoştinţelor

despre UE. O tendinţă similară a fost semnalată şi în literatura de specialitate prin identificarea unei corelaţii semnificative între nivelul raportat de cunoştinţe despre UE şi nivelul de eficacitate cetăţenească resimţit de tineri (Kerr et al., 2010).

Conform literaturii de specialitate, unul dintre factorii care determină procesul de identificare cu Europa în rândul tinerilor vizează ipostaze ale mobilizării cognitive spre Europa. Astfel, în ceea ce priveşte participarea în mediul şcolar sau în alt context la activităţi care au caracter european (Anexa 2, fig. 11), datele par să confirme rezultatele studiilor anterioare care atestă că participarea civică activă la astfel de activităţi este relativ redusă (Kerr et al., 2011). Cele mai populare activităţi cu un caracter european în care s-au implicat liceenii sunt programele și proiectele europene, 42,3% dintre respondenți declarând că au participat la astfel de activități. Rata participării trebuie însă înţeleasă şi interpretată ţinând cont de contextul în care s-a realizat cercetarea de faţă. Aşadar, respondenţii provin exclusiv de la licee din mediul urban. Mai mult decât atât, toate aceste licee se află în Bucureşti, prin urmare probabilitatea desfăşurării de proiecte şi programe europene creşte exponenţial având în vedere resursele de care se bucură aceste unităţi şcolare comparativ cu cele din mediul rural. În ciuda faptului că studiul s-a desfășurat la liceele din capitală, numărul elevilor care susțin că au participat la cursuri obligatorii (10,1%), cursuri opționale (16,3%) sau seminarii de informare despre UE (10,6%) este foarte redus și doar puţin peste jumătate dintre respondenţi (52,9%) susțin că au participat la cel puțin una dintre activitățiile enumerate.

În mod previzibil, analiza datelor indică faptul că elevii care au participat la proiecte şi programe europene consideră că deţin mai multe cunoştinţe despre Uniunea Europeană (M=3,87) decât cei care nu au participat la astfel de activităţi (M=3,40), iar tendinţa se menţine şi în cazul elevilor care au participat la cel puţin o activitate cu caracter european.

În ciuda efectelor benefice ale unui climat şcolar deschis – în care elevii se simt încurajaţi să se angajeze în discuţii şi dezbateri pe teme controversate – asupra capacităţii democratice a tinerilor (Campbell, 2008; Gainous & Martens, 2012), rezultatele indică destul de clar frecvenţa redusă a discuţiilor pe teme europene în mediul şcolar, în afara activităților menționate mai sus. Marea majoritate a elevilor afirmă, aşadar, că subiectele europene sunt dezbătute rar sau niciodată la clasă (59,7%). Aceste date ridică semne de întrebare cu privire la modul în care elevii sunt pregătiți pentru a activa în context european şi în special cu privire la abordarea integrată care presupune colaborarea tuturor profesorilor pentru atingerea obiectivelor educaţiei civice şi cetăţeneşti semnalate la nivel european (Agirdag et al., 2011; Georgi, 2008).

Cu toate acestea, confirmând teoriile potrivit cărora climatul şcolar deschis conduce la o mai bună înţelegere a proceselor economice şi politice (Torney-Purta, 2009), elevii care fac parte din clase în care se discută des sau din când în când chestiuni europene consideră că știu mai multe despre UE decât cei care participă rar sau niciodată la astfel de discuții (M=3,94 vs. M=3,43). Totuşi, o corelație pozitivă, dar slabă (ρ =.162) atestă că dezbaterea ocazională a temelor europene în mediul şcolar nu este suficientă pentru trezirea şi menţinerea interesului elevilor faţă de UE.

Întrebaţi în ce măsură percepţia despre UE le-a fost influenţată de activităţile europene la care au participat (Anexa 2, fig. 12), majoritatea respondenţilor (35,5%) au raportat o influenţă moderată confirmând teoriile potrivit cărora, în ciuda entuziasmului manifestat faţă de implicarea în activităţi civice în mediul şcolar, elevii par mai rezervaţi în ceea ce priveşte impactul general al educaţiei civice asupra bagajului de cunoştinţe acumulate şi asupra capacităţii de înţelegere a evenimentelor politice (Henn & Foard, 2012). În plus, majoritatea elevilor chestionaţi (51,9%) nu consideră, în general, că informaţiile primite la şcoală despre UE sunt suficiente pentru a-şi forma o părere despre această construcţie.

În urma aplicării unui scurt test privind cunoştinţele tinerilor despre UE, rezultatele par să confirme literatura de specialitate potrivit căreia elevii şi-au însuşit, în general, destul de bine informaţiile de bază despre Uniunea Europeană, însă întâmpină probleme în cazul informaţiilor detaliate (Kerr et al., 2011). Testul a fost alcătuit din 10 întrebări cu două variante de răspuns, „adevărat” (1) sau „fals” (0) iar media totală înregistrată de elevi a fost de 0,78. De asemenea, numărul elevilor care au recunoscut că nu ştiu răspunsurile a fost destul de ridicat. Având însă în vedere că, la data aplicării chestionarului, o parte dintre respondenţi aveau deja drept de vot, iar ceilalţi urmau să dobândească acest drept în cel mult un an, neclarităţile cu privire la modul în care sunt aleşi membrii Parlamentului European şi cele privind existenţa unui preşedinte al Uniunii Europene pun sub semnul întrebării modul şi măsura în care tinerii sunt pregătiţi, în mediul şcolar, pentru asumarea statutului de cetăţean cu drepturi depline al Uniunii Europene.

În plus, lipsa unei corelaţii semnificative statistic între participarea la activităţi europene şi nivelul de cunoştinţe despre UE confirmă percepţia elevilor referitoare la influenţa redusă a activităţilor europene la care au participat asupra imaginii pe care o au despre proiectul european. Mai mult decât atât, şi percepţia tinerilor privind insuficienţa informaţiilor primite la şcoală pentru a-şi forma o părere despre UE este confirmată de lipsa unei corelaţii între discutarea subiectelor europene în clasă şi nivelul de cunoştinţe despre UE.

În ceea ce priveşte contactul cu Europa, unul dintre factorii care, potrivit cercetătorilor, determină procesul de identificare cu Europa în rândul tinerilor – alături de mobilizarea cognitivă spre Europa (Datler et al., 2005) – rezultatele arată că majoritatea tinerilor chestionaţi călătoresc destul de des în alte ţări, vorbesc limbi străine şi interacţionează frecvent cu oameni din alte culturi (Anexa 2, tabel 2). Aşadar, aceştia fac parte din acea categorie privilegiată de cetăţeni care, potrivit academicienilor (Fligstein, 2009; Favell, 2009), se bucură din plin de avantajele integrării europene şi au toate şansele să dezvolte o identitate europeană. Analiza datelor sugerează că, pe măsură ce tinerii intră mai des în contact cu spaţiul european, creşte sensibil şi încrederea lor cu privire la propriile cunoştinţe despre UE. Corelaţia este însă destul de slabă (r =.184), percepţia elevilor asupra propriului nivel de cunoştinţe despre UE fiind, aşadar, rezultatul cumulat al mai multor experienţe. Analizele indică, de asemenea o corelaţie pozitivă între contactul cu Europa şi frecvenţa discuţiilor pe teme europene. Faptul că nici această corelaţie nu este însă foarte puternică (r =.207) sugerează că şi discuţiile pe teme europene sunt determinate de o multitudine de factori.

În ceea ce privește participarea politică în rândul tinerilor, un număr neaşteptat de mare de elevi (75,2%) susţin că s-ar prezenta cu siguranţă la vot dacă ar avea loc alegeri naţionale săptămâna următoare (Anexa 2, fig. 13). Se impune însă precizarea că nu toţi cetăţenii care îşi manifestă intenţia de participare se prezintă în cele din urmă la urne, răspunsurile la întrebările de acest gen fiind adesea marcate de un nivel ridicat de dezirabilitate socială, care îi determină pe respondenţi să ofere răspunsuri considerate corecte din punct de vedere social. Mai mult decât atât, răspunsurile sunt influenţate de caracteristicile eşantionului, tinerii de 17 şi 18 ani aflându-se sub imperiul entuziasmului determinat fie de prima experienţă electorală, fie de iminenţa acesteia. În plus, cercetarea de faţă s-a desfăşurat în perioada noiembrie-decembrie 2014, un an marcat atât de alegerile pentru Parlamentul European, desfăşurate în luna mai, cât şi de alegerile prezidenţiale, desfăşurate în luna noiembrie. Aşadar, contextul politic stimulează interesul cetăţenilor faţă de formele electorale de participare.

În ceea ce priveşte alegerile europene însă, numărul celor care afirmă că ar vota cu siguranţă este considerabil mai scăzut (53,4%) dovedind că tinerii sunt mai interesaţi de ce se întâmplă pe scena politică naţională şi acordă mai puţină importanţă alegerilor europene. Cu toate acestea, datele indică o corelaţie destul de puternică (ρ =.608) între intenţia de a participa la alegerile naţionale şi la alegerile europene, confirmând aşadar teoriile potrivit cărora participarea politică şi socială la nivel local şi naţional stimulează participarea la nivel european (Hadler et al. 2012).

Totuși, tinerii chestionaţi sunt mai sceptici cu privire la posibilitatea de a influenţa procesul decizional la nivel supranaţional. Faptul că această atitudine este determinată, în oarecare măsură, şi

de lipsa informaţiilor cu privire la modul de funcţionare al Uniunii Europene şi la activitatea membrilor Parlamentului European este confirmat de analizele care atestă că media cunoştinţelor despre UE este mai mare în cazul elevilor care tind să creadă că vor vota (M=0,79), sau sunt convinşi de acest lucru, decât în cazul celor care susţin că probabil sau sigur vor absenta (M=0,69).

Analiza datelor indică însă că percepţia tinerilor asupra propriului nivel de cunoştinţe despre UE joacă un rol mai important în determinarea comportamentului acestora decât nivelul propriu-zis de cunoştinţe. Acest fapt confirmă relevanţa conceptului de eficacitate politică (Kerr et al, 2010), care se referă la încrederea tinerilor în propria abilitate de a face faţă provocărilor implicate de participarea activă în societate. Astfel, elevii care intenţionează să îşi exprime opţiunile în cadrul alegerilor europarlamentare au o părerea semnificativ mai bună despre propriul nivel de cunoştinţe despre UE decât cei care afirmă că probabil sau sigur nu vor vota (M=3,68 vs. M=3,20).

În plus, analizele suplimentare indică faptul că intenţia de a participa la alegerile europarlamentare este influenţată, în oarecare măsură, de conştientizarea impactului deciziilor adoptate la Bruxelles, de încrederea pe care tinerii o au în UE şi de imaginea pe care o au aceştia despre proiectul european. Astfel, o corelaţie pozitivă (ρ =.186) arată că elevii care au mai multă încredere în UE manifestă o intenţie mai puternică de a vota în cadrul alegerilor europene. Corelaţia este însă destul de slabă ceea ce sugerează că încrederea în UE nu constituie un factor determinat în ceea ce priveşte intenţia de prezentare la vot. În mod similar, tinerii care au o imagine mai bună despre UE manifestă o intenţie mai puternică de a-şi vota reprezentanţii la nivel european, însă corelaţia pozitivă (ρ =.202) nu atinge nici de data aceasta nivelul unei corelaţii medii (>.300) sugerând că intenţia de a vota nu implică în mod necesar o imagine pozitivă despre UE.

În ceea ce priveşte implicarea în forme nonelectorale de participare, datele arată că tinerii preferă accesibilitatea în detrimentul eficienţei. Astfel, aceştia se îndreaptă spre forme de participare rapide, care sunt uşor accesibile în mediul online (semnarea petiţiilor, exprimarea opiniilor pe internet sau pe reţelele de socializare), deşi nu le consideră foarte eficiente. Confirmând literatura de specialitate potrivit căreia tinerii nu sunt apatici, însă se orientează spre noi forme de participare (Cammaerts et al., 2016, Sloam, 2013), rezultatele arată că majoritatea elevilor chestionaţi (57,8%) au participat la cel puţin una dintre formele de participare prezentate. În plus, deşi numărul celor care nu s-au implicat încă în niciuna dintre aceste activităţi este în continuare destul de ridicat (41,7%), cei care declară că, în viitor, nu ar participa activ în societate prin niciuna dintre aceste metode reprezintă o minoritate (4,3%).

Deşi datele anterioare par să indice faptul că tinerii care se implică activ în viaţa societăţii la nivel local şi naţional tind, de asemenea, să se implice şi la nivel european, alegerile europene rămân mai puţin populare decât cele naţionale chiar şi în rândul tinerilor care s-au implicat deja sau s-ar implica în viitor în forme nonelectorale de participare. Acest fapt sugerează că politica europeană nu este foarte atractivă nici pentru tinerii dispuşi să se implice în viaţa comunităţii.

Al treilea obiectiv al cercetării vizează identificarea şi compararea factorilor care exercită o influenţă semnificativă asupra imaginii pe care tinerii o au despre UE, asupra încrederii în proiectul european, asupra ataşamentului faţă de UE, asupra identificării ca european în general şi asupra asumării statutului de cetăţean al Uniunii Europene.

În ceea ce priveşte factorii care contribuie la formarea imaginii pe care tinerii o au despre UE (Anexa 2, tabel 3), regresia liniară indică faptul că participarea la activităţi europene în mediul şcolar sau în afara lui, discutarea în clasă a chestiunilor europene la celelalte materii, implicarea în forme nonelectorale de participare, conştientizarea impactului pe care îl au deciziile adoptate la Bruxelles sau expunerea la informaţii despre UE pe platformele de socializare nu au o influenţă semnificativă din punct de vedere statistic asupra modului în care tinerii percep Uniunea Europeană.

În ceea ce priveşte consumul de ştiri, regresia liniară subliniază influenţa canalului utilizat. Aşadar, deşi citirea ştirilor pe internet nu influenţează în mod semnificativ imaginea pe care tinerii o au despre UE, datele sugerează că urmărirea buletinelor de ştiri difuzate la televizor contribuie – deşi într-o măsură destul de mică – la crearea unei imagini pozitive despre UE. Prin urmare, rezultatele confirmă din nou teoriile potrivit cărora, deşi tinerii par mari consumatori de ştiri online, este foarte probabil ca aceştia să nu citească despre cele mai recente evenimente de pe scena politică (Cammaerts et al., 2016).

Cea mai puternică influenţă asupra părerii pe care tinerii o au despre UE – exceptând evaluarea apartenenţei la UE din perspectivă utilitaristă – o exercită frecvenţa cu care aceştia se implică în discuţii despre UE cu prietenii, familia sau colegii. Aşadar, este confirmată din nou literatura de specialitate care evidenţiază influenţa mediului familial şi a cercului de prieteni asupra atitudinii tinerilor (Quintelier et al., 2014), influenţă care eclipsează adesea efectul activităţilor din mediului şcolar. O corelaţie pozitivă se stabileşte şi între contactul pe care tinerii îl au cu spaţiul european – prin călătoriile în alte ţări, conversaţiile cu cetăţeni străini sau urmărirea unor programe în limbi străine – şi imaginea pe care aceştia o au despre UE, ceea ce atestă importanţa experienţei europene a tinerilor şi a formării unei reţele sociale internaţionale (Van Mol, 2013). Rezultatele confirmă astfel ipotezele conform cărora cu cât tinerii discută mai des despre chestiuni europene cu

familia, prietenii şi colegii şi cu cât intră mai des în contact cu spaţiul european, cu atât au o imagine mai bună despre UE.

În mod surprinzător, elevii care se consideră mai bine informaţi au o părere mai proastă despre Uniunea Europeană decât cei care nu consideră că deţin prea multe informaţii despre proiectul european. Aşadar, aceste analize sugerează accentuarea atitudinii critice a tinerei generaţii faţă de UE, atitudine confirmată şi de rezultatele anterioare privind încrederea scăzută a elevilor faţă de proiectul european comparativ cu datele înregistrate la nivel naţional.

În ciuda efectelor contradictorii ale consumului de ştiri, confirmând literatura de specialitate potrivit căreia media influenţează comportamentul şi atitudinea cetăţenilor faţă de UE (Schuck & de Vreese, 2006), analiza sugerează că sporirea încrederii tinerilor în sursele de informare conduce la îmbunătăţirea imaginii despre UE. Datele indică, aşadar, propagarea unei imagini pozitive despre Uniunea Europeană în media naţionale sau stimularea construirii acesteia în antiteză cu imaginea autorităţilor naţionale. Se impune însă precizarea că încrederea, în general redusă, în principalele surse de informare reduce considerabil impactul pe care ştirile sau informaţiile pozitive despre UE îl au asupra noii generaţii de europeni. Prin urmare, având în vedere că media constituie principalul liant de comunicare dintre UE şi cetăţenii săi, pierderea încrederii în sursele de informare are consecinţe vaste.

Deşi analizele sugerează că implicarea în forme alternative de participare nu influenţează percepţia tinerei generaţii asupra Uniunii Europene – contrazicând astfel literatura de specialitate – disponibilitatea elevilor de a se angaja în forme tradiţionale, electorale de participare are consecinţe pozitive asupra imaginii de care se bucură Uniunea Europeană. Aşadar, perceperea votului ca formă esenţială a participării democratice şi intenţia valorificării acestui drept constituţional pare să determine dezvoltarea unor atitudini civice al căror efect se răsfrânge şi asupra modului în care este percepută Uniunea Europeană.

Confirmând parţial rezultatele studiilor anterioare care atestă influenţa statutului socioeconomic asupra percepţiei despre UE, rezultatele indică o corelaţie pozitivă între creşterea venitului familiei şi imaginea pe care tinerii o au despre UE. Aşadar, adolescenţii proveniţi dintr-un mediu privilegiat par să beneficieze de toată gama de experienţe care le influenţează atitudinea faţă de proiectul european (călătorii în străinătate, interacţionarea cu oameni de alte naţionalităţi). Cu toate acestea, în ciuda relevanţei factorului economic, nivelul de studii al părinţilor nu exercită o influenţă semnificativă asupra imaginii pe care tinerii o au despre UE. În plus, nici media obţinută de elevi în anul şcolar precedent nu constituie, în general, un factor predictiv al modului în care

tinerii se raportează la UE. Se impune însă precizarea că marea majoritate a elevilor au declarat că au obţinut medii între 8 şi 10, variata fiind astfel destul de redusă.

Sprijinind tendinţa semnalată în paragraful anterior, perspectiva instrumentală, bazată pe analiza pragmatică a costurilor şi beneficiilor apartenenţei la UE, determină în mare măsură imaginea pe care tinerii o au despre UE. Rezultatele confirmă aşadar teoriile potrivită cărora avantajele economice sunt cele care influenţează cel mai mult atât susţinerea procesului de integrare europeană, cât şi formarea identităţii europene (Verhaegen et al., 2014). De asemenea, coroborând rezultatele anterioare, asumarea statutului de cetăţean al UE constituie un predictor al imaginii despre UE mai influent decât identificarea ca european în general.

În ceea ce priveşte factorii predictivi ai încrederii pe care tinerii o au în UE (Anexa 2, tabel 4), analiza datelor atestă din nou accentuarea spiritului critic al tinerei generaţii având în vedere că acelaşi set de factori explică într-un procent mai redus variaţia încrederii în UE decât variaţia imaginii Uniunii. De asemenea, factorii care nu exercită o influenţă semnificativă din punct de vedere statistic asupra imaginii pe care tinerii o au despre UE nu se dovedesc relevanţi nici în ceea ce priveşte consolidarea încrederii pe care tinerii o au în UE.

Validând concluziile anterioare privind influenţa exercitată de media şi efectele atitudinilor civice determinate de intenţia de a vota în cadrul alegerilor europene, datele arată că încrederea în principalele surse de informare şi intenţia de a valorifica dreptul de vot influenţează în mod pozitiv încrederea tinerilor în UE. În plus, urmărirea ştirilor la televizor constituie în continuare un factor semnificativ din punct de vedere statistic pentru determinarea încrederii în UE, spre deosebire de citirea ştirilor pe internet, subliniind, încă o dată, rolul canalelor media tradiţionale în diseminarea informaţiilor despre UE şi asigurarea comunicării dintre oficialii europeni şi cetăţeni (Vīķe-Freiberga et al., 2013). Cu toate acestea, influenţa acestui factor este destul de redusă.

Confirmând teoriile privind importanţa mobilităţii, cunoaşterii limbilor străine şi socializării cu oameni din alte ţări pentru dezvoltarea unei identităţi europene (Fligstein, 2009; Favell, 2009), datele sugerează că intrarea în contact cu spaţiul european are un impact mai puternic asupra nivelului de încredere în UE decât asupra imaginii Uniunii Europene. Rezultatele indică, aşadar, că în vreme ce imaginea despre Uniunea Europeană se poate construi pe baza relatărilor din media sau a experienţelor împărtăşite de rude, prieteni sau colegi, pentru dezvoltarea încrederii în UE tinerii au nevoie de acumularea unor experienţe personale şi de contactul nemijlocit cu alte culturi din spaţiul european. O dovadă suplimentară în acest sens o constituie faptul că includerea în regresia liniară a variabilei privind intenţia de vot anulează influenţa semnificativă din punct de vedere statistic a

discuţiilor cu prietenii, rudele sau colegii despre chestiuni legate de UE, deşi acest tip de discuţii constituie un predictor important pentru imaginea despre UE. În plus, nici nivelul raportat de cunoştinţe despre UE nu mai constituie un factor semnificativ din punct de vedere statistic la nivelul întregii populaţii pentru determinarea încrederii în UE, deşi influenţează în mod semnificativ imaginea despre UE. Totuşi, se impune precizarea că, fără a fi semnificativă statistic, corelaţia negativă semnalată în cazul imaginii despre UE se menține. Aşadar, elevii chestionaţi care consideră că ştiu mai multe lucruri despre UE tind să aibă mai puţină încredere în această structură supranaţională decât cei care susţin că nu deţin prea multe informaţii în acest domeniu. Prin urmare, este sugerată, din nou, atitudinea critică a tinerei generaţii de europeni.

Ca şi în cazul imaginii despre UE, veniturile familiei constituie un predictor semnificativ pentru încrederea în UE, însă nu şi nivelul de studii al părinţilor. Totuşi, deşi tinerii care provin din familii mai înstărite tind să aibă mai multă încredere în UE, impactul venitului este mai redus în cazul încrederii, decât în cazul imaginii despre UE. Mai mult decât atât, deşi evaluarea apartenenţei la UE prin prisma costurilor şi beneficiilor aduse de această structură influenţează, aşa cum era de aşteptat, în mod semnificativ şi pozitiv nivelul încrederii în UE – acest predictor dovedindu-se cel mai important – conştientizarea avantajelor materiale aduse de UE are un impact mai puternic asupra imaginii despre UE decât asupra încrederii tinerilor în această structură politică. Aşadar, analiza datelor sugerează atitudinea critică şi rezervată a tinerilor semnalând faptul că dezvoltarea încrederii în UE reprezintă un proces mai dificil decât propagarea unei imagini pozitive, încrederea fiind rezultatul unui cumul de factori care depăşesc sfera avantajelor materiale.

În ceea ce priveşte ataşamentul tinerilor faţă de UE (Anexa 2, tabel 5), analiza datelor semnalează, din nou, importanţa modului în care UE este prezentată în media naţionale şi gradul în care încrederea cetăţenilor în sursele de informare le influenţează comportamentul şi atitudinile. Astfel, încrederea tinerilor în media constituie un predictor mai important decât intenţia de a vota în cadrul alegerilor europene.

Totuşi, factorul a cărui variaţie influenţează în cea mai mare măsură ataşamentul faţă de UE este reprezentat de contactul tinerilor cu spaţiul european. Astfel, ca şi în cazul încrederii, experienţele personale ale tinerilor au un impact considerabil, în comparaţie cu alţi factori, asupra dezvoltării sentimentelor de ataşament ceea ce confirmă, încă o dată, importanţa mobilităţii şi a proceselor de socializare pentru dezvoltarea unei identităţi europene. Rezultatul este explicabil având în vedere că discuţiile frecvente cu oameni din alte ţări şi legarea unor relaţii de prietenie, precum şi vizitarea altor state europene şi asocierea acestor vizite cu evenimente plăcute, cum ar fi vacanţele sau excursiile, stimulează latura emoţională a tinerilor. În plus, dacă discuţiile cu rudele,

prietenii şi colegii despre chestiuni europene nu contribuie în mod semnificativ la consolidarea încrederii în UE, acest tip de discuţii – care au adesea la bază şi o componentă emoţională având în vedere legăturile existente între interlocutori – stimulează în mod semnificativ din punct de vedere statistic ataşamentul faţă de UE.

De această dată, alături de urmărirea ştirilor la televizor, devine semnificativă şi citirea ştirilor pe internet, însă corelația stabilită este una negativă, creşterea frecvenţei cu care elevii citesc ştiri pe internet ducând la scăderea ataşamentului faţă de UE. Astfel, este confirmată o tendinţa manifestată în cazul eşantionului de faţă – fără a fi însă semnificativă statistic – şi în ceea ce priveşte imaginea despre UE şi încrederea în acest proiect. Prin urmare, urmărirea buletinelor de ştiri difuzate la televizor are efecte pozitive, deşi destul de reduse, asupra modului în care tinerii percep Uniunea Europeană. Acest fapt indică accentuarea în media tradiţionale a efectelor pozitive ale apartenenţei la UE sau stimularea construirii unei imagini pozitive a UE prin contrast cu politicile autorităţilor naţionale. Analiza datelor indică însă că în mediul online, care oferă posibilitatea efectuării propriilor selecţii în ceea ce priveşte ştirile accesate, tinerii tind să se orienteze spre informaţii negative despre UE.

Un predictor semnificativ pentru dezvoltarea ataşamentului faţă de UE – care nu influenţează însă imaginea despre UE sau încrederea în proiectul european – îl constituie conştientizarea impactului pe care deciziile adoptate la Bruxelles îl au asupra vieţii de zi cu zi a tinerilor, asupra modului lor de a gândi şi, în special, asupra viitorului lor şi situaţiei economice din România. Această atitudine poate fi însă determinată de asocierea impactului politicilor europene cu libertatea de a lucra şi studia într-o altă ţară europeană, o perspectivă atractivă pentru tot mai mulţi tineri din România. Această ipoteză este susţinută de literatura de specialitate care, aşa cum am arătat într-un paragraf anterior, afirmă că Europa este de regulă construită în termeni pozitivi din perspectivă civică, tinerii apreciind libertatea de a studia, de a munci şi de a locui în altă ţară, precum şi avantajele economice ale aderării la UE (Ross, 2015).

Deşi venitul actual al familiei are o influenţă semnificativă statistic asupra gradului de ataşament al tinerilor faţă de UE, evaluarea Uniunii din perspectivă utilitaristă are o influenţă mai scăzută asupra dezvoltării sentimentelor de ataşament decât în cazul formulării unei imagini pozitive despre UE sau consolidării încrederii în acest proiect. Rezultatele sugerează aşadar că, pentru dezvoltarea sentimentelor de ataşament faţă de UE, avantajele economice ale apartenenţei la UE joacă un rol secundar în comparaţie cu experienţele personale ale tinerilor materializate prin contactul nemijlocit cu alte culturi, legăturile de prietenie sau interacţiunile de natură informală cu

oameni din alte ţări. În mod previzibil, identificarea ca european în general şi asumarea statutului de cetăţean al UE constituie predictori semnificativi ai ataşamentului faţă de UE.

Având în vedere că, potrivit teoreticienilor, identitatea europeană este una nonemoţională, în ceea ce priveşte identificarea ca european în general şi asumarea statutului de cetăţean al UE (Anexa 2, tabel 6), cel mai important predictor îl constituie, în ambele cazuri, percepţia apartenenţei la UE în termeni de avantaje şi dezavantaje resimţite la nivel personal. Ponderea acestui factor diferă însă substanţial fiind, aşa cum era de aşteptat, mult mai accentuată în cazul identificării explicite ca cetăţean al Uniunii Europene.

Fără a anula rolul deţinut de media în influenţarea modului în care tinerii se raportează la UE, de data aceasta, consumul de ştiri produce efecte negative în funcţie de canalul folosit. Aşadar, deşi constituie un factor semnificativ din punct de vedere statistic, frecvenţa urmăririi ştirilor la televizor nu încurajează identificarea ca european în general. Una dintre cauze ar putea-o constitui, potrivit literaturii de specialitate, prezentarea subiectelor externe – şi în special a celor europene – dintr-o perspectivă naţională care nu vizează imaginea de ansamblul şi nu prezintă implicaţiile supranaţionale ale evenimentelor din spaţiul european. Organizaţiile media naţionale – orientate spre profit – par să se concentreze, în schimb, pe efectele imediate ale ştirilor, manifestate pe plan intern. În ceea ce priveşte asumarea statutului de cetăţean al UE, efectul semnificativ şi negativ al consumului de ştiri se manifestă prin intermediul citirii ştirilor pe internet. Confirmând tendinţa semnalată deja în acest capitol, în mediul online, care permite realizarea propriilor selecţii – în cazul în care nu sunt aplicate în mod automat mecanisme de filtrarea a informaţiilor fără informarea prealabilă a utilizatorului final – tinerii par să se orienteze spre ştiri care nu prezintă Uniunea Europeană într-o lumină favorabilă.

Cu toate acestea, influenţa exercitată de media este confirmată, încă o dată, prin faptul că încrederea tinerilor în principalele surse de informare constituie un predictor semnificativ din punct de vedere statistic pentru asumarea statutului de cetăţean al UE. În cazul identificării ca european în general, acest factor îşi pierde însă semnificaţia. Acest fapt sugerează că, deşi tinerii au nevoie ca media să le furnizeze informaţii credibile pentru a-şi cunoaşte şi valorifica drepturile şi obligaţiile derivate din statutul de cetăţean al UE, pentru dezvoltarea unei perspective supranaţionale experienţele personale joacă un rol mai important decât contactul mediat cu Uniunea Europeană.

Aşadar, confirmând teoriile din literatura de specialitate (Fligstein, 2009; Kuhn, 2015), experienţele personale ale tinerilor care presupun contactul cu spaţiul european influenţează în mod pozitiv şi semnificativ procesul de identificare ca european în general. Cu toate acestea, în cazul

asumării statutului de cetăţean al UE, includerea în analiză a percepţiei privind avantajele şi dezavantajele apartenenţei la UE anulează efectul semnificativ al contactului cu spaţiul european. Astfel, rezultatele sugerează că rezervele resimţite de tineri în ceea ce priveşte asumarea statutului de cetăţean al UE nu sunt înlăturare prin simpla intensificare a contactului cu alte ţări şi culturi europene. Din contră, accentuarea acestui contact poate uneori evidenţia diferenţele – economice, sociale sau culturale – care îi împiedică pe mulţi tineri să se simtă cetăţeni ai Uniunii Europene. Totuşi, conştientizarea impactului deciziilor adoptate la Bruxelles îşi menţine rolul de predictor atât în cazul identificării ca european în general, cât şi în cazul asumării statutului de cetăţean al UE, impactul fiind însă destul de redus în ambele cazuri.

În mod surprinzător, analiza datelor indică faptul că implicarea în forme de participare nonelectorale determină reducerea sentimentului tinerilor că sunt cetăţeni ai Uniunii Europene. Este astfel confirmat efectul negativ semnalat şi în cazul celorlalte regresii, însă nesemnificativ statistic. Rezultatele ar putea fi justificate prin prisma faptului că participarea la demonstraţii sau dezbateri, exprimarea opiniei despre probleme publice pe internet sau pe reţelele de socializare sau semnarea petiţiilor stimulează simţul critic al tinerei generaţii semnalat în repetate rânduri. Aşadar, participarea la aceste activităţi poate evidenţia diferenţele, menţionate şi în paragraful anterior, care îi împiedică pe tineri să se simtă cetăţeni cu drepturi depline ai Uniunii Europene. Prin urmare, în ceea ce priveşte formele nonelectorale de participare, datele infirmă teoriile potrivit cărora tinerii activi din punct de vedere politic şi social la nivel local şi naţional manifestă o identitate europeană mai accentuată decât cei care nu se implică în astfel de activităţi (Jamieson et al., 2005).

Revenind la cele cinci ipoteze formulate pe baza celor cinci seturi de întrebări cuprinse în chestionar, datele confirmă în totalitate prima ipoteză. Conform acesteia, dacă elevii consideră că au beneficiat de mai multe avantaje decât dezavantaje de pe urma apartenenţei la UE, atunci au o imagine mai bună despre UE, au mai multă încredere în această structură, sunt mai ataşaţi de ea, îşi asumă mai uşor statutul de cetăţeni ai UE, iar sentimentul lor că sunt europeni este mai puternic. Se impune însă precizarea că evaluarea apartenenţei la UE din perspectivă utilitaristă exercită o influenţă puternică asupra imaginii pe care tinerii o au despre UE, o influenţă moderată asupra încrederii în această structură şi asumării statutului de cetăţean al UE şi o influenţă mai slabă asupra ataşamentului faţă de proiectul european şi identificării ca european în general.

Dacă prima ipoteză este confirmată în totalitate, a doua ipoteză este confirmată parţial. Conform acesteia, cu cât gradul de contact cu Europa este mai accentuat în rândul elevilor, cu atât aceştia au o imagine mai bună despre UE, au mai multă încredere în această structură, sunt mai ataşaţi de ea, îşi asumă mai uşor statutul de cetăţeni ai UE, iar sentimentul că sunt europeni este mai

puternic. Aşadar, frecvenţa cu care tinerii intră în contact cu spaţiul european (vizitează alte ţări, citesc materiale în limbi străine, discută cu oameni de naţionalităţi diferite, vizionează programe TV în alte limbi sau folosesc internetul pentru a cumpăra produse sau servicii din alte state membre UE) nu influenţează în mod semnificativ asumarea statutului de cetăţean al UE şi îşi pierde impactul asupra imaginii despre UE prin includerea în analiză a variabilei privind veniturile actuale ale familiei. Acest fapt confirmă importanţa factorului material în construirea unei imagini pozitive despre UE, fapt sugerat şi prin ponderea mare a perspectivei utilitariste semnalate în paragraful anterior. Datele atestă însă că intrarea frecventă în contact cu spaţiul european influenţează în mare măsură încrederea tinerilor în proiectul european şi ataşamentul faţă de acesta, iar într-o măsură moderată identificarea ca european în general.

În ceea ce priveşte consumul de ştiri, analiza datelor indică o imagine destul de complexă infirmând în cea mai mare parte a treia ipoteză. Potrivit acesteia, cu cât creşte consumul de ştiri în rândul tinerilor, cu atât aceştia au o imagine mai bună despre UE, au mai multă încredere în această structură, sunt mai ataşaţi de ea, îşi asumă mai uşor statutul de cetăţeni ai UE, iar sentimentul lor că sunt europeni este mai puternic. Prin urmare, deşi imaginea despre UE, încrederea şi ataşamentul faţă de acest proiect sunt influenţate pozitiv – însă într-o măsură destul de mică – de vizionarea buletinelor de ştiri la televizor, includerea în analiză a venitului actual al familiei anulează efectul semnificativ al acestei variabile. Mai mult decât atât, în cazul asumării statutului de cetăţean al UE, urmărirea ştirilor la televizor nu are nicio relevanţă, iar în ceea ce priveşte identificarea ca european în general, urmărirea canalelor de ştiri pare să aibă chiar un efect negativ. În plus, dacă citirea ştirilor pe internet nu constituie un predictor semnificativ al imaginii despre UE sau al încrederii în această structură, gradul de ataşament faţă de UE pare să fie influenţat, însă în sens negativ, de accesarea ştirilor în mediul online. Şi influenţa acestei variabile se pierde însă prin introducerea în analiză a evaluării apartenenţei la UE din perspectivă utilitaristă. Efectul negativ al citirii ştirilor pe internet se manifestă însă şi în cazul asumării statutului de cetăţean al UE. Conform datelor, identificarea ca european în general pare să fie singura variabilă influenţată în sens pozitiv prin accesarea ştirilor pe internet.

În cazul celei de-a patra ipoteze, potrivit căreia, dacă elevii sunt expuşi în mediul şcolar la informaţii despre UE, atunci au o imagine mai bună despre Uniune, au mai multă încredere în această structură, sunt mai ataşaţi de ea, îşi asumă mai uşor statutul de cetăţeni ai UE, iar sentimentul că sunt europeni este mai puternic, lucrurile sunt mult mai clare. Nici participarea la activităţi care au un caracter european (cursuri obligatorii sau opţionale despre UE, seminarii de

informare sau proiecte şi programe europene) şi nici discutarea în clasă a subiectelor europene la celelalte materii nu influenţează în mod semnificativ modul în care tinerii percep Uniunea.

În ceea ce priveşte cea de-a cincea ipoteză – cu cât tinerii sunt mai activi din punct de vedere politic şi social, cu atât aceştia au o imagine mai bună despre UE, au mai multă încredere în această structură, sunt mai ataşaţi de ea, îşi asumă mai uşor statutul de cetăţeni ai UE, iar sentimentul lor că sunt europeni este mai puternic – impactul diferă în funcţie de metoda de participare analizată. Aşadar, intenţia de a valorifica metoda tradiţională, electorală de participare – prezentarea la vot în cadrul alegerilor europene – constituie un predictor pozitiv pentru imaginea despre UE, ataşamentul şi încrederea în acest proiect, dar nu influenţează identificarea ca european în general sau asumarea statutului de cetăţean al UE. Implicarea în forme nonelectorale de participare nu constituie însă un predictor semnificativ. Singura excepţie se înregistrează în cazul asumării statutului de cetăţean al UE, însă corelaţia stabilită este una negativă, implicarea în forme de participare nonelectorale – participarea la demonstraţii sau dezbateri, exprimarea opiniei despre probleme publice pe internet sau pe reţelele de socializare sau semnarea petiţiilor – determinând reducerea sentimentului tinerilor că sunt cetăţeni ai Uniunii Europene. Efectul negativ al acestor forme de participare a fost semnalat şi în cazul celorlalte regresii, însă nu s-a dovedit semnificativ la nivelul total al populaţiei.

# 4. Concluzii

Rezultatele referendumului desfăşurat în Marea Britanie – în care majoritatea tinerilor au votat împotriva *Brexit* – confirmă tendinţa semnalată în literatura de specialitate privind sprijinul de care se bucură UE în rândul tinerilor. De data aceasta, tânăra generaţie şi-a manifestat modul diferit „de a fi european" despre care vorbea profesorul Alistair Ross (2015) votând, spre deosebire de generaţiile mai în vârstă, pentru rămânerea Marii Britanii în UE. Rezultatele cercetării de faţă indică însă că în România – o ţară care, în ciuda unor regrese recente la acest capitol, continuă să rămână euroentuziastă potrivit statisticilor europene – susţinerea proiectului european este asigurată de populaţia adultă, tânăra generaţie dezvoltând o atitudine mai rezervată faţă de Uniunea Europeană.

Datele indică faptul că evaluarea apartenenţei la UE din perspectivă utilitaristă constituie principalul factor care influenţează modul de raportare al tinerilor la UE. Totuşi, majoritatea respondenţilor au considerat că apartenenţa la Uniunea Europeană le-a adus avantaje şi dezavantaje în egală măsură, situându-se astfel într-o poziţie de neutralitate şi evitând asumarea unei atitudini pro- sau antieuropene. Atitudinea ponderată semnalată în acest caz este dublată de un spirit critic accentuat având în vedere că încrederea în UE, ataşamentul faţă de această structură precum şi asumarea statutului de cetăţean al UE sunt mult mai reduse în rândul tinerilor chestionați decât în rândul populaţiei adulte din România. Mai mult decât atât, valorile înregistrate în cazul elevilor din clasele a XI-a şi a XII-a se apropie mai mult de media europeană decât de media naţională sugerând o diferenţă clară între euroentuziasmul populaţiei adulte şi atitudinea rezervată a noii generaţii de europeni din România.

Această atitudine poate fi o consecinţă a crizei economice şi în special a modului în care aceasta a afectat piaţa muncii determinând o rată ridicată a şomajului în rândul tinerilor în numeroase ţări europene. Aflându-se în momentul în care trebuie să decidă spre ce facultate se vor îndrepta, elevii din clasele a XI-a şi a XII-a trebuie să îşi evalueze şansele de a găsi un loc de muncă – fie în România, fie în străinătate – după absolvirea unei anumite facultăţi sau unei anumite specializări. Astfel, aceşti tineri sunt acum nevoiţi să anticipeze şi să compare dificultăţile cu care se vor confrunta pe piaţa muncii în funcţie de cariera pe care o vor alege. Contextul socioeconomic actual îi poate pune pe mulţi în faţa unor alegeri dificile: să se orienteze spre o meserie care le poate aduce stabilitate financiară sau spre una care le poate aduce împlinire personală, dar şi riscul de a deveni reprezentanţi ai „generaţiei bumerang". În literatura de specialitate, „generaţia bumerang" este o etichetă atribuită acelor tineri care nu reuşesc să se întreţină singuri pe termen lung şi sunt

nevoiţi să se întoarcă, pentru anumite perioade de timp, în casa părinţilor (Cruz & Poultney, 2009). De asemenea, literatura de specialitate a consemnat faptul că, din cauza contextului actual, traseul spre independenţa economică este adesea fragmentat, iar tinerii ajung mai târziu decât părinţii lor la atingerea unor praguri care marchează dobândirea statutului de adult cum ar fi: finalizarea studiilor, găsirea unui loc de muncă stabil, cumpărarea unei locuinţe şi întemeierea unei familii (Westlund & Bjur; 2014). Aşadar, cercetări suplimentare pot determina dacă atitudinea ponderată a tinerilor faţă de Uniunea Europeană este influenţată de incertitudinile acestora cu privire la viitor şi de dificultatea de a prevedea cum va evolua piaţa muncii.

De asemenea, modul în care tinerii percep Uniunea Europeană poate fi influenţat şi de faptul că aceştia constituie prima generaţie de români care pot considera apartenenţa la UE ca pe un bun dat, privind-o cu detaşare deoarece în 2007 erau prea mici pentru a împărtăşi entuziasmul specific perioadelor de pre- şi postaderare. Prin urmare, spre deosebire de populaţia adultă care a experimentat atât perioada anterioară aderării la UE, cât şi perioada comunismului, tinerii de 17 şi 18 ani de astăzi nu au un termen de comparaţie concret. Astfel, ei pot compara condiţiile actuale din România cu cele din statele dezvoltate din vestul Europei, ceea ce poate determina sentimente de frustrare şi nemulţumire cu privire la activitatea Uniunii Europene. Mai mult decât atât, ei pot asocia anumite avantaje de care se bucură în prezent – cum ar fi libera circulaţie – cu beneficiile lumii moderne şi nu neapărat cu apartenenţa la Uniunea Europeană. Din nou, cercetări suplimentare pot stabili în ce măsură atitudinea rezervată a tinerilor faţă de UE este determinată de aceste aspecte.

Cercetarea sugerează că modul în care tinerii chestionați percep această structură politică supranaţională este influenţat de un cumul de factori, asemenea unui mozaic format dintr-o mulţime de piese mici. Astfel sunt confirmate teoriile potrivit cărora comportamentul şi atitudinile tinerilor nu sunt influenţate numai de mediul şcolar, ci şi de consumul de media, de cercul de prieteni şi de mediul familial. Mai mult decât atât, anumiţi factori influenţează în proporţii diferite anumite atitudini. Prin urmare, evaluarea Uniunii Europene din perspectivă utilitaristă are o influenţă mai scăzută asupra dezvoltării sentimentelor de ataşament faţă de UE decât asupra imaginii pe care tinerii o au despre UE sau asupra încrederii în această structură. Aşadar, rezultatele indică faptul că anumite atitudini şi comportamente ale tinerilor sunt influenţate destul de puternic de factori care depăşesc sfera avantajelor materiale. Contactul cu Europa materializat prin experienţe personale (călătorii, interacţiuni cu oameni de naţionalităţi diferite) are consecinţe pozitive asupra încrederii pe care tinerii o au în UE şi stimulează dezvoltarea sentimentelor de ataşament. Prin urmare, este reconfirmată importanţa mobilităţii, cunoaşterii limbilor străine şi socializării cu oameni din alte ţări

pentru dezvoltarea anumitor aspecte ale identităţii europene (Kuhn, 2015). Implicarea în discuţii pe teme europene cu părinţii, prietenii sau colegii nu contribuie în mod semnificativ la consolidarea încrederii în UE, însă influenţează în mod pozitiv imaginea pe care tinerii o au despre proiectul european. Analiza datelor sugerează că imaginea pozitivă despre UE constituie un prim pas spre consolidarea identităţii europene, această imagine construindu-se mai uşor decât încrederea în UE şi fiind mai uşor de asimilat decât statutul de cetăţean al UE.

Având în vedere importanţa evaluării în termeni pozitivi a apartenenţei la UE pentru modul în care tinerii percep Uniunea Europeană, devine esenţială comunicarea avantajelor apartenenţei la UE. Deşi datele arată că implicarea în discuţii pe teme europene influenţează modul de raportare al tinerilor la UE şi interesul manifestat faţă de această structură, UE nu constituie un subiect popular de discuţii nici în mediul familial, nici în mediul şcolar. Acest fapt accentuează rolul deţinut de media ca principal mijloc de comunicare între UE şi cetăţenii săi. Aşa cum era de aşteptat, internetul şi reţelele de socializare se bucură de o popularitate incontestabilă în rândul elevilor români. Totuşi, deşi atât teoreticienii, cât şi oficialii europeni recomandă abordarea tinerilor prin intermediul canalelor pe care aceştia le folosesc cel mai des, datele par să indice faptul că Uniunea Europeană nu a reuşit să dezvolte o strategie eficientă de conectare cu tânăra generaţie prin intermediul noilor media. Astfel, marea majoritate a respondenţilor au recunoscut că ei nu postează şi nu distribuie informaţii despre Uniunea Europeană pe reţelele de socializare şi nici prietenii lor nu fac acest lucru.

În ceea ce priveşte sursele de informare tradiţionale, rezultatele arată că ştirile difuzate la televizor sunt urmărite în continuare de un număr destul de mare de tineri, confirmând teoriile potrivit cărora aceştia nu sunt apatici, ci doresc să fie la curent cu ce se întâmplă în ţară şi în lume (Cammaerts et al., 2016). Cu toate acestea, impactul destul de redus al consumului de media asupra modului în care tinerii percep Uniunea Europeană sugerează redarea insuficientă a subiectelor europene în media tradiţionale şi digitale din România sau tratarea acestora dintr-o perspectivă strict naţională care duce la estomparea sau chiar la pierderea dimensiunii europene a subiectelor.

Dezvoltarea spiritului critic în rândul tinerilor din România constituie unul dintre principalele obiective ale educaţiei civice şi cetăţeneşti. Deşi, la nivel naţional, încrederea românilor în sursele de informare depăşeşte în general media europeană, faptul că elevii chestionaţi au manifestat o atitudine destul de rezervată faţă de mesajele transmise în media pare să indice că acest obiectiv a fost atins. Tendinţa elevilor de a pune sub semnul întrebării veridicitate mesajelor transmise în media se răsfrânge însă şi asupra modului în care este percepută Uniunea Europeană

deoarece încrederea în principalele surse de informare este corelată pozitiv cu modul în care tinerii se raportează la UE.

Spiritul critic al tinerei generaţii nu se manifestă însă numai cu privire la sursele de informare şi la Uniunea Europeană. Atitudinea critică a elevilor faţă de sistemul şcolar din România este ilustrată prin faptul că activităţile desfăşurate în mediul şcolar şi menite să îi familiarizeze pe adolescenţi cu valorile şi modul de funcţionare al Uniunii Europene nu sunt percepute de aceştia ca fiind suficient de relevante pentru a le influenţa în mod semnificativ percepţia despre UE. Mai mult decât atât, analiza datelor atestă faptul că activităţile europene desfăşurate în mediul şcolar – cursuri, seminarii de informare sau diverse proiecte şi programe europene – nu au un impact semnificativ asupra percepţiei pe care tinerii o au despre UE. Aşadar, aceste activităţi sunt fie insuficiente, fie ineficiente sau, în cel mai rău caz, insuficiente şi ineficiente în a-i ajuta pe tineri să înţeleagă atât mecanismul de funcţionare, cât şi principiile şi valorile Uniunii Europene.

O primă măsură pentru remedierea acestor probleme ar putea presupune introducerea cursurilor obligatorii despre UE, eventual în ciclul gimnazial, şi sporirea numărului de proiecte şi programe europene – cu un grad ridicat de interactivitate şi aplicabilitate – în ciclul liceal. Coordonarea dintre orele de predare în stil clasic şi activităţile interactive ar permite elevilor să valorifice în contexte cât mai diverse informaţiile dobândite şi valorile însuşite în cadrul orelor de curs. Influenţa bagajului de cunoştinţe asupra comportamentului tinerilor este ilustrată prin faptul că media cunoştinţelor despre UE este mai mare în cazul elevilor care tind să creadă că vor vota în cadrul alegerilor europene, sau sunt convinşi de acest lucru, decât în cazul celor care susţin că probabil sau sigur vor absenta. Analiza datelor indică însă că percepţia tinerilor asupra propriului nivel de cunoştinţe despre UE joacă un rol mai important în determinarea comportamentului acestora decât nivelul propriu-zis de cunoştinţe. Acest fapt confirmă relevanţa nivelului de eficacitate politică resimţit de tineri şi stimulat prin participarea activă în mediul şcolar (Gainous & Martens, 2012). Conceptul de eficacitate politică se referă la încrederea tinerilor în propria abilitate de a face faţă provocărilor implicate de participarea activă în societate. Astfel, elevii care intenţionează să îşi exprime opţiunile în cadrul alegerilor europarlamentare au o părere semnificativ mai bună despre propriul nivel de cunoştinţe despre UE decât cei care afirmă că probabil sau sigur nu vor vota.

O a doua măsură se referă la necesitatea ca profesorii care predau cursurile de informare despre UE, precum şi cei care coordonează programele şi proiectele europene, să aibă acces la cursuri de perfecţionare corespunzătoare şi materiale didactice moderne. Astfel, cursurile obligatorii din ciclul gimnazial menţionate în paragraful anterior pot fi predate de profesorii de educaţie civică

însă după urmarea unor cursuri de perfecţionare. De asemenea, în mediul liceal, coordonarea programelor şi proiectelor europene poate fi realizată în continuare de diverşi profesori în funcţie de specificul activităţilor (istorie, geografie, limbi străine, informatică), dacă profesorii au participat în prealabil la cursuri de informare despre UE. În ceea ce priveşte materialele didactice disponibile, acestea trebuie să permită aplicarea unor tehnici de învăţare activă cum ar fi jocul de roluri (pot fi simulate şedinţe ale Parlamentului European sau întruniri ale miniştrilor din diverse ţări membre UE), studiile de caz sau proiectele de cercetare în echipă. Predarea cursurilor despre UE în clase multimedia dotate cu proiector şi calculatoare conectate la internet ar permite vizionarea de filme şi documentare sau proiecţia materialelor video pe o anumită temă realizate chiar de elevi (eventual în ciclul liceal). În plus, noile tehnologii pot permite interacţionarea în timp real cu elevi din alte ţări (conferinţe pe skype). Intensificarea colaborării unităţilor şcolare din România cu unităţi şcolare din alte ţări membre UE poate duce, de asemenea, la sporirea mobilităţii educaţionale prin implicarea elevilor şi profesorilor în activităţi bazate pe schimburi de experienţă.

Intensificarea expunerii tinerilor la informaţii despre UE în mediul şcolar poate avea însă efecte neaşteptate asupra modului în care tinerii percep Uniunea Europeană având în vedere că elevii care se consideră mai bine informaţi cu privire la UE tind să aibă o imagine mai proastă despre proiectul european decât cei care apreciază că nu ştiu prea multe lucruri despre funcţionarea mecanismului european. Riscul ca noua generaţie de europeni din România să fie mai rezervată faţă de Uniunea Europeană decât generaţia actuală se menţine însă şi în condiţiile actuale. Rezultatele cercetării sugerează că modul în care tinerii percep Uniunea Europeană depinde în mare măsură de analiza pragmatică a costurilor şi beneficiilor apartenenţei la UE, iar majoritatea elevilor asociază proiectul european cu libertatea de a studia, de a munci şi de a locui în altă ţară. În condiţiile în care tinerii au mai puţină încredere în UE, sunt mai puţin ataşaţi de acest proiect şi au mai multe ezitări în ceea ce priveşte asumarea statutului de cetăţean al UE, cum vor percepe aceştia Uniunea Europeană în câţiva ani când entuziasmul specific vârstei şi perspectiva valorificării avantajelor apartenenţei la UE într-un viitor apropiat se vor diminua?

**Bibliografie**


Agirdag, O., Huyst, P. & Van Houtte, M. (2011). Determinants of the Formation of a European Identity among Children: Individual and School-Level Influences, *JCMS: Journal of Common Market Studies*, Vol. 50 (2), p. 198-213.

Barrett, M., Wilson, H. & Lyons, E. (2003). The Development of National In-Group Bias: English Children's Attributions of Characteristics to English, American and German People. *British Journal of Developmental Psychology*, 21 (2), p. 193–220.

Berger, P. & Luckman T. (1966). *The social construction of reality*. London: Penguin.

Boehnke, K. & Fuss, D. (2008): What Part Does Europe Play in the Identity Building of Young European Adults?, Perspectives on European Politics and Society, Vol. 9, No. 4, p. 466–479.

Boulianne, S. (2009). Does internet use affect engagement? A meta-analysis of research. *Political Communication* 26(2), p. 193–211.

Brubaker, R., Cooper, F. (2000). Beyond Identity. *Theory and Society*, 29 (1), p. 1-47.

Bruter, M. (2003). Winning Hearts and Minds for Europe. The Impact of News and Symbols on Civic and Cultural European Identity, *Comparative Political Studies*, Vol. 36 No. 10, December 2003, p. 1148-1179.

Bruter, M. (2005). *Citizens of Europe? The Emergence of a Mass European Identity*. Palgrave: Macmillan.

Cammaerts, B., Bruter, M., Banaji, S., Harrison, S. & Anstead, N. (2016). *Youth Participation in Democratic Life. Stories of Hope and Disillusion*, UK: Palgrave Macmillan.

Campbell, D. (2006). *Why We Vote: How Schools and Communities Shape our Civic Life*, Princeton: Princeton University Press.

Carlson, S. (2013). Becoming a mobile student: a processual perspective on German degree student mobility. *Population, Space and Place*, 19, p. 168–180.

Castano, E. (2004). European identity: a social-psychological perspective, în R. Herrmann, T. Risse şi M. Brewer (eds), *Transnational identities. Becoming European in the EU*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.

Comunicare a Comisiei, COM 2009 (200) final. *O strategie a UE pentru tineret – investiţie şi mobilizare, O metodă deschisă de coordonare reînnoită pentru abordarea provocărilor şi oportunităţilor tineretului*, Bruxelles: Comisia Comunităţilor Europene.

Copsey, N. (2015): *Rethinking the European Union*. London: Palgrave Macmillan.

Cruz, J. & Poultney, J. (2009). *Europe 2014: Young voices in Europe – whose generation are we?* Disponibil la: http://www.euractiv.com/section/social-europe-jobs/opinion/europe-2014-young-voices-in-europe-whose-generation-are-we/.

Dalton, R. J. (2009). *The Good Citizen: How a Younger Generation is Reshaping American Politics*. Washington, DC: CQ Press. Revised edition.

Dahlgren, P. (2013). *The Political Web: Media, Participation and Alternative Democracy*, Palgrave Macmillan: Basingstoke, 2013.

Datler G., Wallace C. & Spannring R. (2005). What leads young people to identify with Europe? An exploration of 'exposure' to Europe and resources for identification among young Europeans. *Reihe Soziologie, 69*.

Davis, A. (2010). New media and fat democracy: the paradox of online participation. *New Media & Society*, 12(5), p. 745-761.

Du Bois-Reymond, M. (2002). Lernfeld Europa. Chancen für Schülern und Lehrer im 21. Jahrhundert. În U. Bracht & D. Keiner (Eds.), *Jahrbuch für Pädagogik 2001*. Munich, Germany: Waxmann.

European Commission (2006). *White Paper on a European Communication Policy*, COM (2006) 35 final, Bruxelles, 1 February 2006. Disponibil la: http://europa.eu/documents/comm/white_papers/pdf/com2006_35_en.pdf.

Eurydice/EACEA and Eurostat, 2012. *Key Data on Education in Europe 2012*. Brussels: Eurydice.

Favell, A. (2009). Immigration, Migration, and Free Movement in the Making of Europe. In J. Checkel and P. Katzenstein (eds.), *European identity*. Cambridge: Cambridge University Press, p. 167-189. 13.

Fligstein, N. (2009). Who are the Europeans and how does this matter for politics? In J. Checkel and P. Katzenstein (eds.), *European Identity*, p. 132-166, Cambridge University Press.

Gainous, J. & Martens, A.M., (2012). The Effectiveness of Civic Education: Are "Good" Teachers Actually Good for "All" Students?. American Politics Research, Vol. 40(2), p. 232–266.

Gaiser, W., De Rijke, J. & Spannring, N. (2010). Youth and Political Participation. Empirical Results for Germany within a European Context. *Young*, (18) 1, p. 427-450.

Georgi, V.B (2008). Citizens in the Making: Youth and Citizenship Education in Europe, Journal *Compilation, Society for Research in Child Development*, Vol. 2, no. 2, p. 107-113.

Hadler, M., Tsutsui, K. & Chin, L. G. (2012): Conflicting and Reinforcing Identities in Expanding Europe: Individual and Country-Level Factors Shaping National and European Identities, 1995–2003. *Sociological Forum*, Vol. 27, No. 2.

Harris, A., Wyn, J. & Younes, S. (2010). Beyond apathetic or activist youth. *Young*, 18(1), p.9-32.

Hermes, J. (2006). Citizenship in the Age of the Internet. *European Journal of Communication*, Vol 21(3), p. 295–309.

Holt, K., Shehata, A., Strömbäck, J. & Ljungberg, E. (2013). Age and the effects of news media attention and social media use on political interest and participation: Do social media function as leveller?. *European Journal of Communication*, 28(1), p. 19–34.

Hutter, S. & Grande, E., (2014): Politicizing Europe in the national electoral arena: A comparative analysis of five West European countries, 1970–2010. *Journal of Common Market Studies*, 52(5); p. 1003-1018.

Inglehart, R. (1970): Cognitive mobilization and European identity. Comparative Politics 3(1), p. 45–70.

Jamieson, L., *et al* (2005). *Orientations of Young Men and Women to Citizenship and European Identity*. Website of the University of Edinburg, Sociology Department. Disponibil la http://www.sociology.ed.ac.uk/youth/.

Jenkins, R. (2000/1996). *Identitatea Socială (Social Identity)*. trad. Alex Butucelea. Bucharest: Univers.

Karantzeni, D. & Gouscos, D. G (2013). eParticipation in the EU: Re-focusing on social media and young citizens for reinforcing European identity, *Transforming Government: People, Process and Policy*, Vol. 7 Iss: 4, p. 477–500.

Kerr, D., Sturman, L., Schulz, W. & Burge, B. (2010*). ICCS 2009 European Report, Civic knowledge, attitudes, and engagement among lower secondary students in 24 European countries.* International Association for the Evaluation of Educational Achievement (IEA), Netherlands.

Kerr, D., Sturman, L. & Friedman, T. (2011). *Priorities for Civic and Citizenship Education in Europe*. Lucrare prezentată la Annual Meetings of the American Educational Research Association (AERA) in New Orleans, 8-12 April 2011. Disponibilă la http://research.acer.edu.au/civics/15.

Kuhn, T. (2015): Experiencing *European Integration: Transnational Lives and European.*

Livingstone, S. (2009). On the Mediation of Everything: ICA Presidential Address 2008. *Journal of Communication,* 59 (1), p. 1–18.

Lunt, P. & Livingstone, S. (2012). *Media Regulation: Governance and the interests of citizens and* consumers. London: Sage.

Ministerul Educaţiei, Cercetării şi Inovării (2009). *Programe şcolare. Cultură civică. Clasele a VII-a – a VIII-a.* Anexa nr.3 la ordinul ministrului educaţiei, cercetării şi inovării nr. 5097/09.09.2009. Disponibilă la http://programe.ise.ro/Portals/1/Curriculum/progr_gim/OS/Cultura%20civica_clasele%20a%20VII-a%20-%20a%20VIII-a.pdf.

Ministerul Educaţiei Naţionale (2014). *Programa şcolară pentru disciplina „Educaţie civică", clasele a III-a – a IV-a.* Anexa nr. 2 la ordinul ministrului educaţiei naţionale nr. *5003 / 02.12.2014.* Disponibilă la http://www.edu.ro/index.php?module=uploads&func=download&fileId=20307.

Ministerul Educaţiei şi Cercetării şi Cercetării Ştiinţifice (2016). *Planul-cadru pentru* gimnaziu. Disponibil la http://www.edu.ro/index.php/pressrel/24187.

Norris, P. (2004). Young People & Political Activism: From the Politics of Loyalties to the Politics of Choice?. Lucrare prezentată la conferinţa *Civic engagement in the 21st Century: Toward a Scholarly and Practical Agenda*, University of Southern California, Oct 1-2, 2004.

Osler, A. & Starkey, H. (2003): Learning for Cosmopolitan Citizenship: theoretical debates and young people's experiences. *Educational Review,* Vol. 55, No. 3.

Philippou, S., Keating, A. & Ortloff, D. (2009). Conclusion: Citizenship education curricula: comparing the multiple meanings of supra-national citizenship in Europe and beyond, Journal of Curriculum Studies, Vol. 41, no. 2, p. 291-299.

Polyakova, A., & Fligstein, N. (2013). Is European Integration Causing Europe to Become More Nationalist?: Evidence from the Recent Financial Crisis**.** Lucrare prezentată la întâlnireile anuale ale *American Sociological Association*, New York City, August 9-12, 2013.

Quintelier, E., Verhaegen, S. & Hooghe, M. (2014). The intergenerational transmission of European identity: the role of gender and discussion within families. *JCMS: Journal of Common Market Studies,* 52, p. 1103–1119.

Papes, A. & Stoycheva, K. (2013). *Media and Young Citizens' Engagement in the EU – Final Report*. European Association for Viewers Interests (EAVI). Brussels.

Rauh, C. (2016): *A Responsive Technocracy? EU politicisation and the consumer policies of the European Commission*, ECPR Press, United Kingdom.

Recchi, E. (2014): Pathways to European identity formation: a tale of two models. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, Vol. 27, No. 2.

Risse, T. 2010: *A Community of Europeans? Transnational Identities and Public Spheres*, Ithaca, New York: Cornwell University Press, 287 p.

Ross, A. (1999). What Concepts of Identities Lie Behind "European Citizenship"? Why are Those in European Higher Education Institutions Concerned with Children's Changing Ideas of Citizenship?. In Ross, A. (ed.) *Young Citizens in Europe.* London: Cice.

Ross, A. (2015). *Understanding the Constructions of Identities by Young New Europeans: Kaleidoscopic Selves*, Londra şi New York: Routledge.

Schuck, A. R. T., & de Vreese, C. H. (2006). Between risk and opportunity: News framing and its effects on public support for EU enlargement. *European Journal of Communication, 21*(1), p. 5-32.

Schulz, W., Ainley, J., Fraillon, J., Losito B. & Agrusti, G. (2016). *IEA International Civic and* Citizenship *Education Study 2016 Assessment Framework,* Amsterdam: International Association for the Evaluation of Educational Achievement (IEA).

Shin, C. I. & Jackson, R. L. (2003). A Review of Identity Research in Communication Theory. Reconceptualizing Cultural Identity. In Starosta, W. J. And Chen G.-M. (eds.). *Ferment in the Intercultural Field. Axiology/Value/Praxis. International and Intercultural Communication Annual.* XXVI. Thousand Oaks: Sage, p. 211-242.

Sloam, J. (2013). 'Voice and Equality': Young People's Politics in the European Union. *West European Politics*, 36(4), p. 836-858.

Smith, A. D. (1993). A Europe of Nations. Or the Nation of Europe?. *Journal of Peace Research*. 30 (2), p. 129-135.

Spannring, R., Ogris, G. & Gaiser, W. (2008). *Youth and Political Participation in Europe. Results of the Comparative Study of EUYOUPART*, Opladen: Barbara Budrich.

Standard Eurobarometer 84 (2015). Public Opinion in the European Union. European Commission. Disponibil la: http://ec.europa.eu/COMMFrontOffice/PublicOpinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/STANDARD/surveyKy/2098.

Torney-Purta, J. & Wilkenfeld, B.S. (2009). *Paths to 21st Century Competencies Through Civic* Education *Classrooms: An Analysis of Survey Results from Ninth-Graders.* (A Technical Assistance Bulletin). Chicago, IL: American Bar Association Division for Public Education.

Udrea, G. & Corbu, N. (2010). "The Building of a European Identity and its Challenges". *Romanian Journal of Communication and Public Relations*, 12(3), p. 63-83.

Van Mol, C. (2013). Intra-European Student Mobility and European Identity: A Successful Marriage?. *Population, Space and Place*, Vol 19, p. 209–222.

Varsori, A. & Petricioli, M. (2004). Europe, Its Borders and the Others. In Frank, R. (ed.). *Les identités européenes au XX siècle: diversités, convergences et solidarités.* Paris: Publications de la Sorbonne, p. 81-99.

Verba, S., Schlozman, K. & Brady, H. (1995). *Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics*, Cambridge, MA: Harvard University Press.

Verhaegen, S., Hooghe, M. & Quintelier, E. (2014). European Identity and Support for European Integration: A Matter of Perceived Economic Benefits? Kyklos, Vol. 67, No. 2, p. 295–314.

Vīķe-Freiberga, V., Däubler-Gmelin, H., Hammersley, B., Pessoa Maduro, L.M. (2013). *A free and pluralistic media to* sustain *European democracy*. The Report of the High Level Group on Media Freedom and Pluralism, p. 1-51. Disponibil la http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/doc/pluralism/hlg/hlg_final_report.pdf.

Westlund, O. & Bjur, J. (2014). Media Life of the Young. *Young* 22(1), p. 21-41.

Wilson, I. (2011). What Should We Expect of 'Erasmus Generations'?. *Journal of Common Market Studies,* 49(5), p. 1113-1140.

Yamamoto, M., Kushin, M. J. & Dalisay, F. (2014). Social media and mobiles as political mobilization forces for young adults: Examining the moderating role of online political expression in political participation. *new media & society* 2015, Vol. 17(6), p. 880–898.

**Anexa 1**

## CHESTIONAR

**SNSPA. Facultatea de Comunicare şi Relaţii Publice**

Dorim să cunoaştem modul în care liceenii se raportează la Uniunea Europeană. Cercetarea noastră se desfăşoară la nivelul mai multor licee din București. Ai fost ales în mod aleator să răspunzi la acest chestionar, la care nu există răspunsuri corecte sau greşite. ***De sinceritatea răspunsurilor tale depinde valabilitatea studiului***.

Răspunsurile sunt *confidenţiale şi anonime*.

**Q1. În acest moment, ai spune că […] se îndreaptă într-o direcţie bună sau într-o direcţie greşită ?**

| | **Într-o direcţie bună** | **Într-o direcţie greşită** | **Nu ştiu/Nu răspund** |
|---|---|---|---|
| 1. România | 1 | 2 | 99 |
| 2. Uniunea Europeană | 1 | 2 | 99 |

**Q2. În ultimele 12 luni, ai…?**

| | **Da, de mai multe ori** | **Da, o dată sau de două ori** | **Nu** | **Nu ştiu/Nu răspund** |
|---|---|---|---|---|
| 1. Vizitat o altă ţară din Uniunea Europeană | 3 | 2 | 1 | 99 |
| 2. Citit o carte / un ziar / o revistă într-o altă limbă decât limba maternă | 3 | 2 | 1 | 99 |
| 3. Discutat cu oameni dintr-o altă ţară din Uniunea Europeană | 3 | 2 | 1 | 99 |
| 4. Urmărit programe TV într-o altă limbă a Uniunii Europene (alta decât limba maternă) | 3 | 2 | 1 | 99 |
| 5. Folosit Internetul pentru a cumpăra un produs sau un serviciu dintr-o altă ţară din Uniunea Europeană | 3 | 2 | 1 | 99 |

**Q3. Faptul că România face parte din Uniunea Europeană este..?**

1. Un lucru bun  2. Nici bun, nici rău  3. Un lucru rău  99. Nu ştiu/Nu răspund

**Q4. Câtă încredere ai în Uniunea Europeană?**

| 5. Foarte multă | 4. Destul de multă | 3. Nici multă, nici puţină | 2. Destul de puţină | 1. Foarte puţină | 99. Nu ştiu/ Nu răspund |
|---|---|---|---|---|---|

**Q5. În prezent, te simţi…**

1. Numai român
2. În primul rând român, dar şi european
3. În primul rând european, dar şi român
4. Numai european

80. Altceva. Ce? _____
99. Nu ştiu/Nu răspund

**Q6. În ce măsură crezi că deciziile UE influenţează?**

| | **În foarte mică măsură** | **În mică măsură** | **Nici în mică, nici în mare măsură** | **În mare măsură** | **În foarte mare măsură** | **Nu ştiu/Nu răspund** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. Viaţa ta de zi cu zi | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 99 |
| 2. Viitorul tău | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 99 |
| 3. Situaţia economică din România | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 99 |
| 4. Felul în care gândesc tinerii | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 99 |

**Q7. În general, oamenii se simt ataşaţi de localitatea lor, de regiunea lor, de ţara lor, de Europa. Te rugăm să precizezi cât de ataşat te simţi de... ?**

| | **Foarte ataşat** | **Destul de ataşat** | **Nu foarte ataşat** | **Deloc ataşat** | **Nu ştiu/ Nu răspund** |
|---|---|---|---|---|---|
| De localitatea în care trăieşti | 1 | 2 | 3 | 4 | 99 |
| De regiunea în care trăieşti | 1 | 2 | 3 | 4 | 99 |
| De România | 1 | 2 | 3 | 4 | 99 |
| De Uniunea Europeană | 1 | 2 | 3 | 4 | 99 |

**Q8. Cum crezi că s-ar schimba viaţa ta dacă România nu ar mai face parte din Uniunea Europeană?**

1. În mult mai rău
2. În ceva mai rău
3. Ar rămâne la fel
4. În ceva mai bine
5. În mult mai bine
99. Nu ştiu/Nu răspund

**Q9. Ce aţi simţi dacă Uniunea Europeană ar dispărea?**

1. Mi-ar părea rău
2. Mi-ar fi indiferent
3. Mi-ar părea bine
99. Nu ştiu/Nu răspund

**Q10. În cinci ani, ai dori ca UE să joace un rol mai important, mai puţin important sau acelaşi rol în viaţa ta?**

3. Un rol mai important
2. Acelaşi rol
1. Un rol mai puţin important
99. Nu ştiu/Nu răspund

**Q11. În general, cum crezi că va fi viaţa ta, ca cetăţean al UE, în comparaţie cu cea a părinţilor tăi?**

1. Mai grea
2. La fel
3. Mai uşoară
99. Nu ştiu/nu răspund

**Q12. Tu simţi că eşti cetăţean al Uniunii Europene?**

1. În mod cert nu
2. Nu, nu chiar
3. Da, în oarecare măsură
4. În mod cert da
99. Nu ştiu/Nu răspund

**Q13. Consideri că tu personal ai beneficiat de mai multe avantaje sau de mai multe dezavantaje de pe urma faptului că România este membră a UE?**

| 5. Numai avantaje | 4. Mai mult avantaje decât dezavantaje | 3. Avantaje şi dezavantaje în egală măsură | 2. Mai mult dezavantaje decât avantaje | 1. Numai dezavantaje | 99. Nu ştiu/Nu răspund |
|---|---|---|---|---|---|

**Q14. Ce reprezintă Uniunea Europeană pentru tine personal?**

| | **Da** | **Nu** | **Nu ştiu/Nu răspund** |
|---|---|---|---|
| 1. Pace | 1 | 2 | 99 |
| 2. Prosperitate economică | 1 | 2 | 99 |
| 3. Democraţie | 1 | 2 | 99 |
| 4. Protecţie socială | 1 | 2 | 99 |
| 5. Libertatea de a călători, studia şi munci în orice parte a Uniunii Europene | 1 | 2 | 99 |
| 6. Locuri de muncă | 1 | 2 | 99 |
| 7. Diversitatea culturală | 1 | 2 | 99 |
| 8. O voce mai importantă în lume | 1 | 2 | 99 |
| 9. Perspective de viitor mai bune | 1 | 2 | 99 |
| 10. Moneda euro | 1 | 2 | 99 |
| 11. Şomaj | 1 | 2 | 99 |
| 12. Birocraţie | 1 | 2 | 99 |
| 13. Risipă de bani | 1 | 2 | 99 |
| 14. Pierderea identităţii culturale | 1 | 2 | 99 |
| 15. Altceva. Ce? | | | 99 |

**Q15. Care dintre următoarele valori consideri că ar trebui apărată cu precădere de Parlamentul European (alege o singură varianta)?**

1. Protecţia drepturilor omului
2. Libertatea de exprimare
3. Egalitatea între sexe
4. Solidaritatea dintre UE şi ţările din lumea a treia
5. Dialogul dintre culturi şi religii
6. Solidaritatea dintre statele membre UE
7. Protejarea minorităţilor
8. Abolirea pedepsei cu moarte în lumea întreagă
9. Alta. Care?
99. Nu ştiu/Nu răspund

**Q16. În general ce imagine ai despre Uniunea Europeană:**

1. Foarte pozitivă
2. Uşor pozitivă
3. Neutră
4. Uşor negativă
5. Foarte negativă

_____

99. Nu ştiu/Nu răspund

**Q17. De unde afli, în general, informaţii despre ce se întâmplă în ţară, în lume?**

1. Din media 2. De la şcoală 3. De la părinţi/rude 4. De la prieteni/colegi
5. Nu mă interesează acest tip de informaţii 6. Din altă parte. De unde? _____

**Q18. În ce măsură eşti interesat de informaţiile legate de Uniunea Europeană?**

| 1. În foarte mică măsură | 2. În destul de mică măsură | 3. Nici în mică, nici în mare măsură | 4. În destul de mare măsură | 5. În foarte mare măsură | 99. Nu ştiu/ Nu răspund |
|---|---|---|---|---|---|

**Q19. Pe o scală de la 1 la 7, unde 1 înseamnă „*Niciodată*”, iar 7 înseamnă „*Foarte des*”, cât de des vorbeşti cu prietenii, familia, colegii despre chestiuni legate de Uniunea Europeană?**

1 Niciodată 2 3 4 5 6 7 Foarte des 99 NR

**Q20. Cât de des...?**

| | **Zilnic** | **De câteva ori pe săptămână** | **De câteva ori pe lună** | **O dată pe lună sau mai rar** | **Deloc** |
|---|---|---|---|---|---|
| Citeşti ziare online? | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| Citeşti ziare pe hârtie? | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| Asculţi radio? | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| Te uiţi la televizor? | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| Foloseşti Internetul? | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

| | Zilnic | De câteva ori pe săptămână | De câteva ori pe lună | O dată pe lună sau mai rar | Deloc |
|---|---|---|---|---|---|
| Te uiţi la ştiri la televizor? | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| Citeşti ştiri pe Internet? | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| Citieşti bloguri pe Internet? | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| Utilizezi Facebook pe Internet? | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

**Q21. În ce măsură ai încredere în următoarele surse de informare din România?**

| | În foarte mare măsură | În mare măsură | Nici în mare, nici în mică măsură | În mică măsură | În foarte mică măsură / Deloc | Nu ştiu/Nu răspund |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. Presă scrisă (tipărită) | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 99 |
| 2. Radio | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 99 |
| 3. Televiziune | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 99 |
| 4. Internet | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 99 |

**Q22. Când cauţi informaţii despre Uniunea Europeană (instituţii, politici etc.) ce surse foloseşti?**

| | Da | Nu | Nu ştiu/Nu răspund |
|---|---|---|---|
| 1. Discuţii cu rude, prieteni, colegi, profesori | 1 | 2 | 99 |
| 2. Presa scrisă (ziare în formă tipărită) | 1 | 2 | 99 |
| 3. Reviste | 1 | 2 | 99 |
| 4. Televiziune | 1 | 2 | 99 |
| 5. Radio | 1 | 2 | 99 |
| 6. Internet (inclusiv ziare online) | 1 | 2 | 99 |
| 7. Cărţi, broşuri, fluturaşi | 1 | 2 | 99 |
| 8. Centre de informare ale Uniunii Europene | 1 | 2 | 99 |
| 9. Altă sursă. Care? _____ | 1 | 2 | 99 |
| 10. Nu am căutat niciodată informaţii despre UE, nu m-au interesat. | 80 | 80 | |

**Q23. Când cauţi informaţii despre UE pe internet, spre ce tip de site-uri te orientezi?**

| | Da | Nu | Nu ştiu/Nu răspund |
|---|---|---|---|
| 1. Site-uri oficiale ale instituţiilor (site-uri guvernamentale etc.) | 1 | 2 | 99 |
| 2. Site-uri informaţionale (site-uri ale ziarelor, revistelor, wikipedia etc.) | 1 | 2 | 99 |
| 3. Reţele sociale (Facebook etc.) | 1 | 2 | 99 |
| 4. Bloguri | 1 | 2 | 99 |
| 5. Altele. Care? _____ | 1 | 2 | 99 |
| 6. Nu caut informaţii despre UE pe internet | 80 | 80 | |

**Q24. Prietenii tăi de pe Facebook postează sau distribuie informaţii despre chestiuni europene?**

1. Des
2. Din când în când
3. Rar
4. Niciodată

_____

80. Nu am cont de facebook
99. Nu ştiu/Nu răspund.

**Q25. În ultima lună, ai efectuat următoarele activităţii pe Facebook?**

| | Da | Nu | Nu am cont de fb. | Nu ştiu/ Nu răspund |
|---|---|---|---|---|
| Ai postat informaţii/comentarii despre chestiuni europene | 1 | 2 | 80 | 99 |
| Ai distribuit informaţii/comentarii despre chestiuni europene | 1 | 2 | 80 | 99 |
| Ai accesat informaţii/comentarii despre chestiuni europene | 1 | 2 | 80 | 99 |
| Ai dat *like* unor pagini cu conţinut european | 1 | 2 | 80 | 99 |

**Q26. Cum apreciezi cunoştinţele pe care le ai despre Uniunea Europeană (pe o scală de la 1 la 7, unde 1 reprezintă „nu ştiu nimic”, iar 7 „ştiu foarte multe”)**

| Nu ştiu nimic | | | | | | Ştiu foarte multe |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |

**Q27. Ai participat, la şcoală sau în alt context, la următoarele activităţi cu caracter european?**

| | Da | Nu | Nu ştiu/Nu răspund |
|---|---|---|---|
| Curs obligatoriu despre UE | 1 | 2 | 99 |
| Curs opţional despre UE | 1 | 2 | 99 |
| Seminar de informare despre UE | 1 | 2 | 99 |
| Programe şi proiecte europene | 1 | 2 | 99 |

**Q28. Se discută în clasă chestiuni europene la celelalte materii (în afara activităţilor/cursurilor menţionate mai sus)?**

1. Des
2. Din când în când
3. Rar
4. Niciodată

_____

99. Nu ştiu/Nu răspund.

**Q29. În ce măsură ţi-au influenţat activităţile cu caracter european la care ai participat percepţia despre UE?**

1. În foarte mică măsură
2. În destul de mică măsură
3. Nici în mică, nici în mare măsură
4. În destul de mare măsură
5. În foarte mare măsură

80. Nu am participat la activităţi cu caracter european

99. Nu ştiu/Nu răspund

**Q30. În ce măsură consideri că la şcoală ai obţinut suficient de multe informaţii despre UE pentru a-ţi forma o părere despre această construcţie?**

1. În foarte mică măsură
2. În destul de mică măsură
3. Nici în mică, nici în mare măsură
4. În destul de mare măsură
5. În foarte mare măsură

99. Nu ştiu/Nu răspund

**Q31. Care dintre următoarele afirmaţii privind Uniunea Europeană sunt adevărate şi care sunt false?**

| | Adevărat | Fals | Nu ştiu/Nu răspund |
|---|---|---|---|
| 1. Uniunea Europeană are 28 de state membre | 1 | 2 | 99 |
| 2. Comunitatea Europeană a fost creată după Primul Război Mondial, la începutul anilor 1920 | 1 | 2 | 99 |
| 3. Steagul european este albastru cu stele galbene | 1 | 2 | 99 |
| 4. Există câte o stea pentru fiecare stat membru în steagul Uniunii Europene | 1 | 2 | 99 |
| 5. Sediul Parlamentului European se află la Paris | 1 | 2 | 99 |
| 6. Membrii Parlamentului European sunt aleşi direct de către cetăţenii Uniunii Europene | 1 | 2 | 99 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 7. Preşedintele Uniunii Europene este ales în mod direct de către cetăţenii Uniunii Europene | 1 | 2 | 99 |
| 8. Uniunea Europeană are propriul imn | 1 | 2 | 99 |
| 9. În fiecare an se sărbătoreşte o zi a Uniunii Europene, în toate statele membre | 1 | 2 | 99 |
| 10. Următoarele alegeri pentru Parlamentul European vor avea loc în anul 2018 | 1 | 2 | 99 |

**Q32. Care dintre următoarele consideri că sunt cele mai bune două metode prin care vocea ta poate fi auzită de conducătorii politici? (alegi două activităţi)**

1. Participarea la vot
2. Participarea la o demonstraţie
3. Intrarea în grevă
4. Înscrierea într-un partid politic
5. Semnarea unei petiţii (inclusiv online)
6. Participarea la dezbateri, conferinţe, întruniri
7. Înscrierea într-un sindicat
8. Participarea la dezbateri pe internet
9. Înscrierea într-o asociaţie sau ONG
10. Altele. Care?
11. Nu ştiu/Nu răspund

**Q33. Dacă săptămâna viitoare ar avea loc alegeri [...] şi ai avea drept de vot, ai merge la vot sau nu?**

| | Cu siguranţă da | Probabil că da | Probabil că nu | Cu siguranţă nu | Nu ştiu/Nu răspund |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. Alegeri naţionale | 1 | 2 | 3 | 4 | 99 |
| 2. Alegeri europene | 1 | 2 | 3 | 4 | 99 |

**Q34. Te rog să precizezi dacă ai făcut deja următoarele acţiuni, dacă le-ai face în viitor sau dacă nu le-ai face în viitor?**

| | Am făcut-o deja | Aş face-o în viitor | Nu aş face-o în viitor |
|---|---|---|---|
| Participarea la o demonstraţie | | | |
| Semnarea unei petiţii (pe hârtie sau online) | | | |
| Participarea la o dezbatere publică | | | |
| Exprimarea opiniei despre probleme publice pe internet sau pe reţelele de socializare | | | |
| Înscrierea într-o asociaţie sau ONG | | | |

**Q35. Ai auzit vreodată de iniţiativa cetăţenească?**

1. Da şi ştiu ce reprezintă
2. Da, dar nu ştiu ce reprezintă
3. Nu
4. Nu ştiu/Nu răspund

**Q36. Vârsta ta în ani împliniţi:**

_____

**Q37. Sex:**

1. Bărbat 2. Femeie

**Q38. Clasa:**

1. a XI-a 2. a XII-a

**Q39. Liceul** _____

**Q40. Media obţinută în anul şcolar precedent:**

1. între 4 şi 4,99 2. între 5 şi 5,99 3. între 6 şi 6,99 4. între 7 şi 7,99 5. între 8 şi 8,99 6. între 9 şi 10

**Q41. Cum apreciezi veniturile actuale ale familiei tale?**

1. Nu ne ajung nici pentru strictul necesar
2. Ne ajung numai pentru strictul necesar
3. Ne ajung pentru un trai decent, dar nu ne permitem cumpărarea unor bunuri mai scumpe
4. Reuşim să cumpărăm şi unele bunuri mai scumpe, dar cu restrângeri în alte domenii
5. Reuşim să avem tot ce ne trebuie, fără să ne restrângem de la ceva

_____

99. Nu ştiu/Nu răspund

**Q42. Care este ultima şcoală absolvită de mama ta?**

1. Fără şcoală
2. Şcoala primară (4 clase)
3. Şcoala generală (8 clase)
4. Şcoala profesională / liceu neterminat
5. Liceu (12 clase)
6. Studii postliceale
7. Facultate / studii postuniversitare

_____

99. Nu răspund (spontan)

**Q43. Care este ultima şcoală absolvită de tatăl tău?**

1. Fără şcoală
2. Şcoala primară (4 clase)
3. Şcoala generală (8 clase)
4. Şcoala profesională / liceu neterminat
5. Liceu (12 clase)
6. Studii postliceale
7. Facultate / studii postuniversitare

_____

99. Nu răspund (spontan)

**Q44. Părinţii tăi locuiesc într-o/un/în:**

1. comună 2. oraş mic 3. oraş mediu 4. oraş mare 5. Bucureşti

**Anexa 2**

Fig. 1: *Încrederea în Uniunea Europeană*

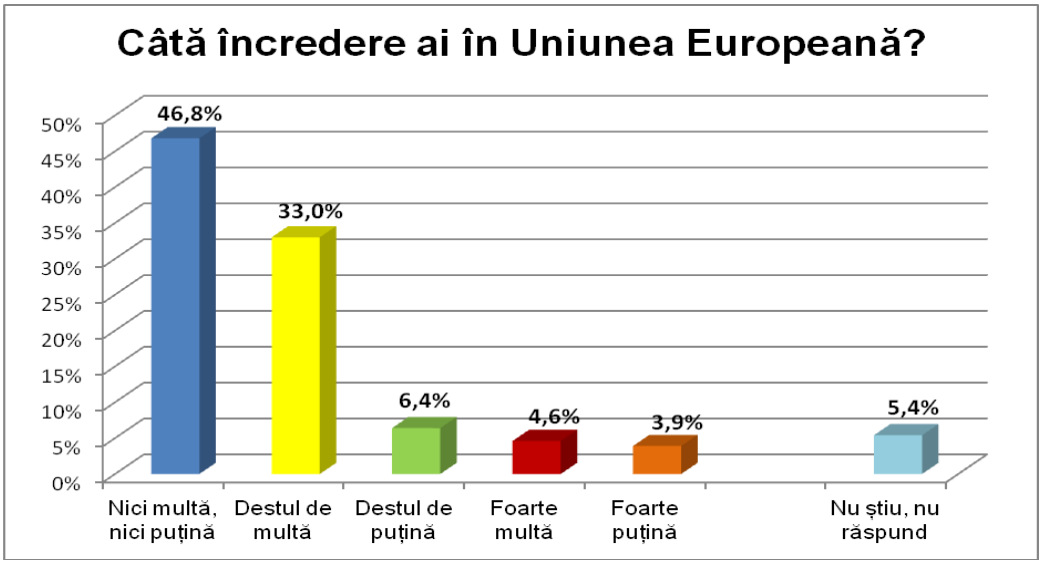



Fig. 2: *Identitate europeană*

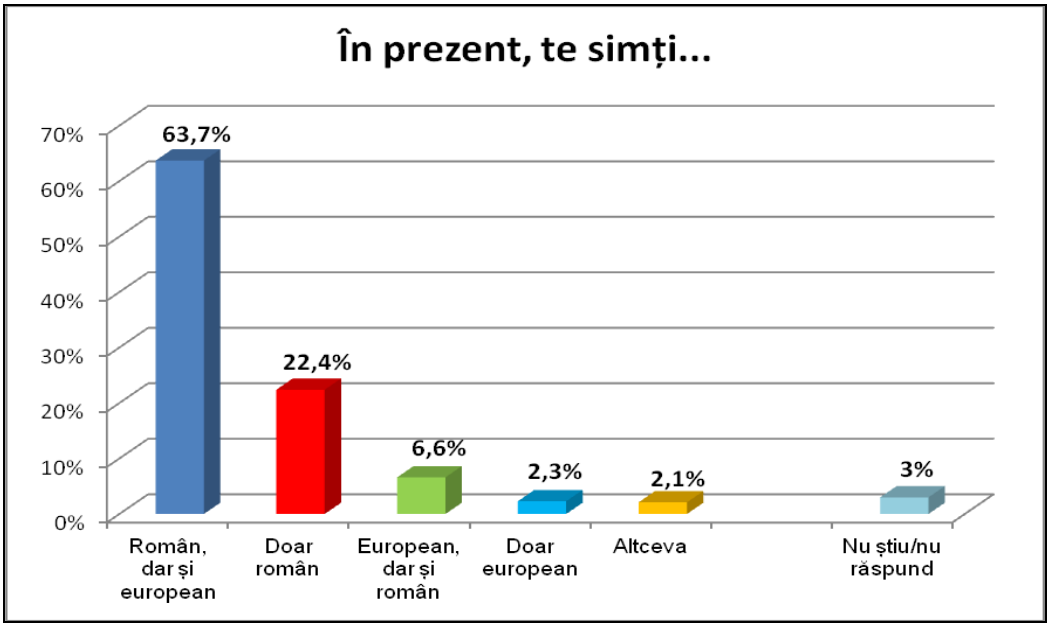
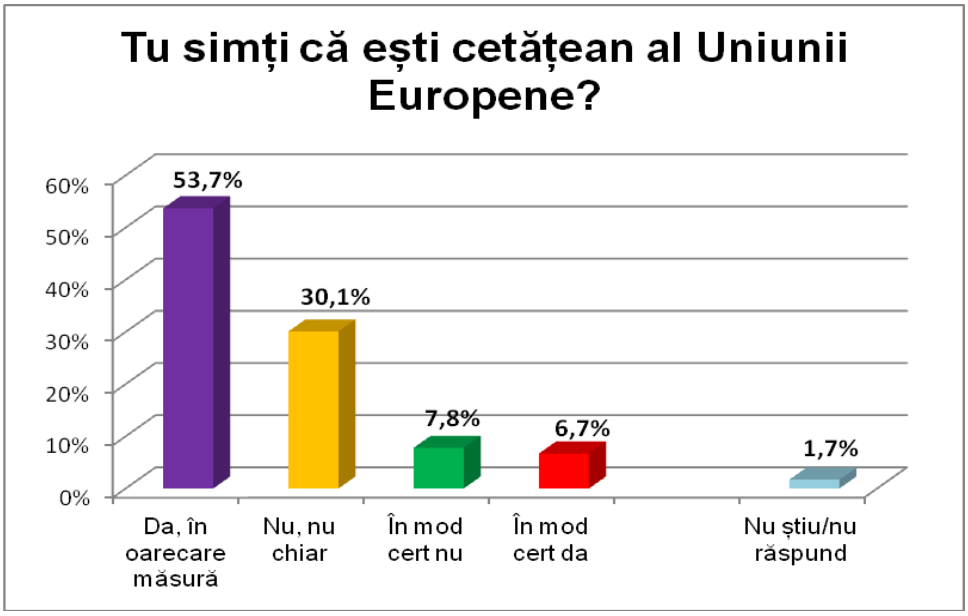


Fig. 3: *Cetăţean al Uniunii Europene*




Tabel 1: *Impactul deciziilor UE*

**În ce măsură crezi că deciziile UE influenţează...?**

| | În foarte mică măsură | În mică măsură | Nici în mică, nici în mare măsură | În mare măsură | În foarte mare măsură | Nu ştiu/nu răspund |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Viaţa ta de zi cu zi** | 17,3% | 23,3% | 30,9% | 19,1% | 4% | 5,4% |
| **Viitorul tău** | 4,2% | 10,2% | 24,5% | 41,7% | 15,9% | 3,6% |
| **Situaţia economică din România** | 5,5% | 8,5% | 18,7% | 39,5% | 22,3% | 5,5% |
| **Felul în care gândesc tinerii** | 12,3% | 21,2% | 26,3% | 24,3% | 10,2% | 5,7% |

Fig. 4: *Ataşamentul faţă de UE*

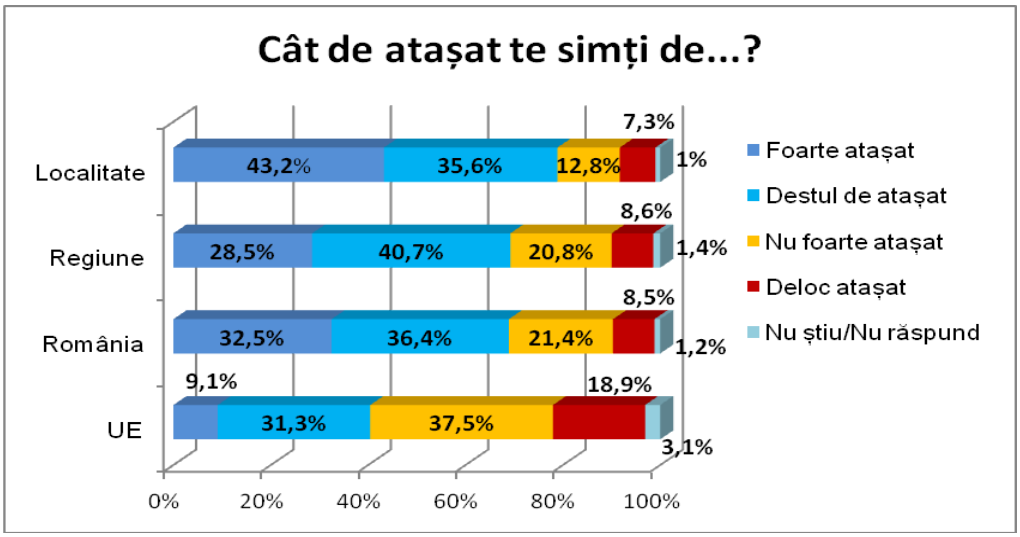


Fig. 5: *Efectele apartenenţei României la UE*

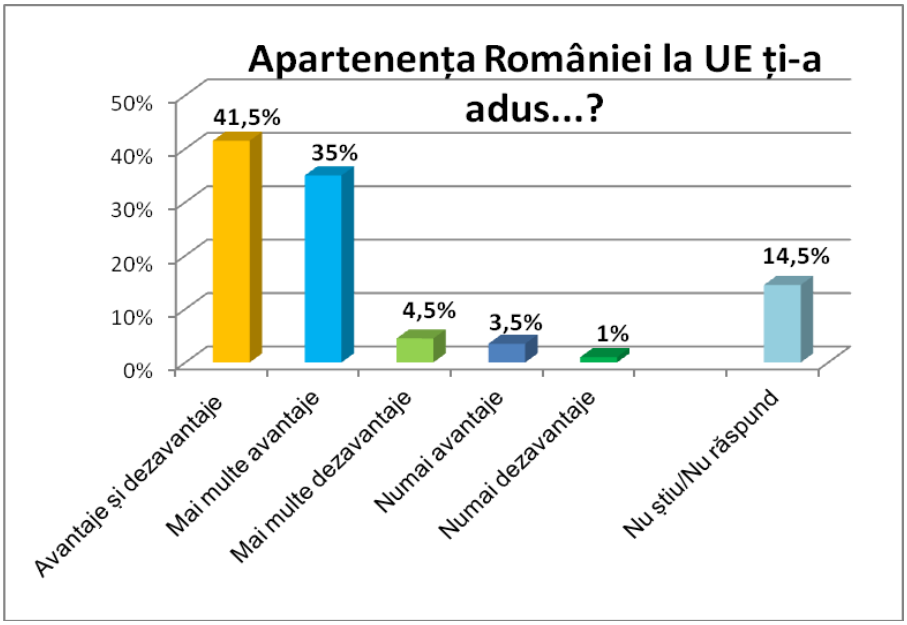



Fig. 6: *Imaginea Uniunii Europene*

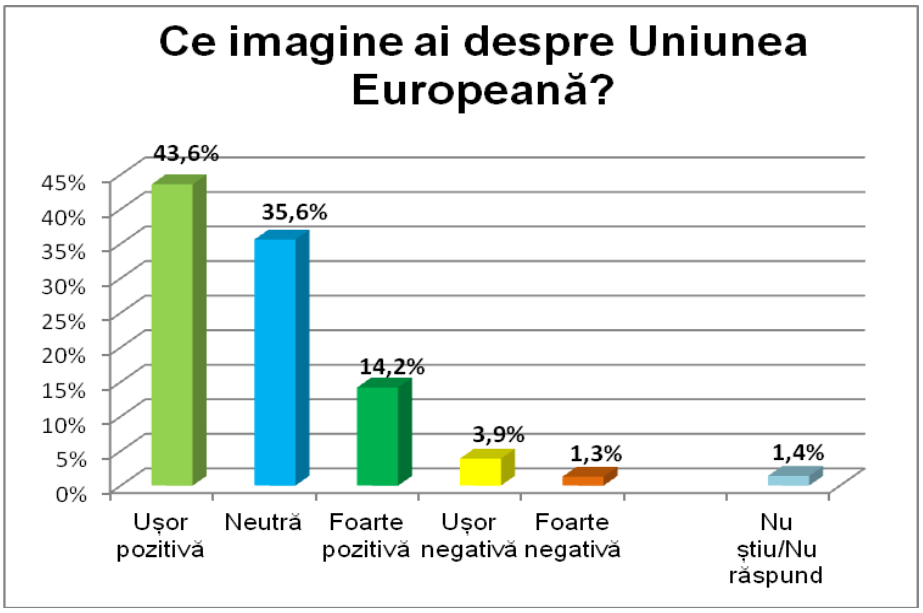


Fig. 7: *Interesul privind informaţiile despre UE*

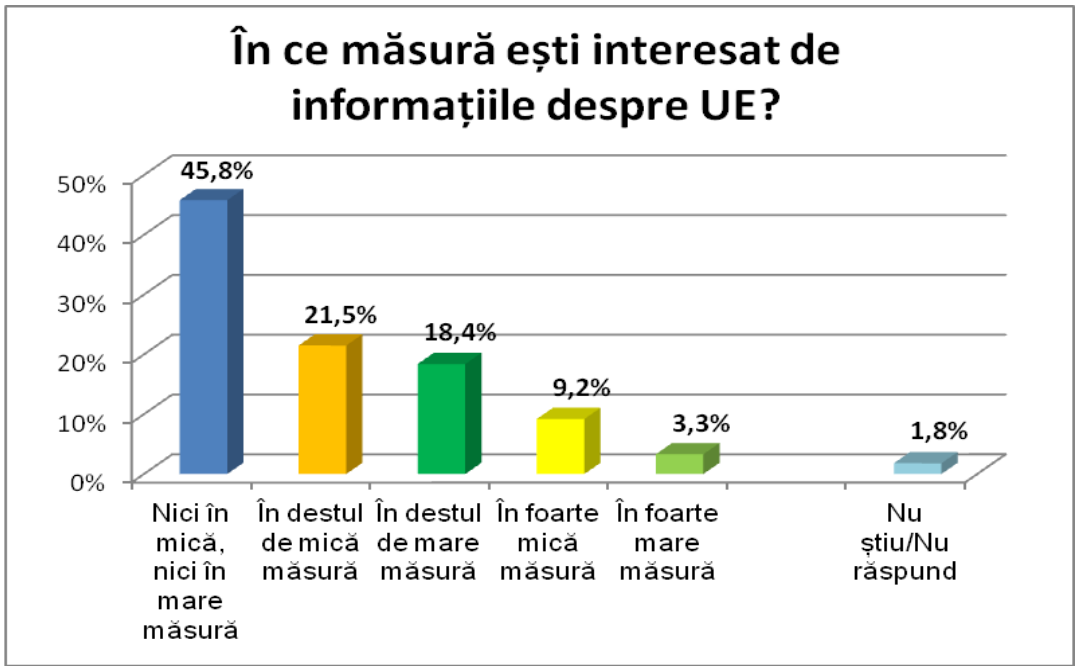



Fig. 8: *Consumul de ştiri*

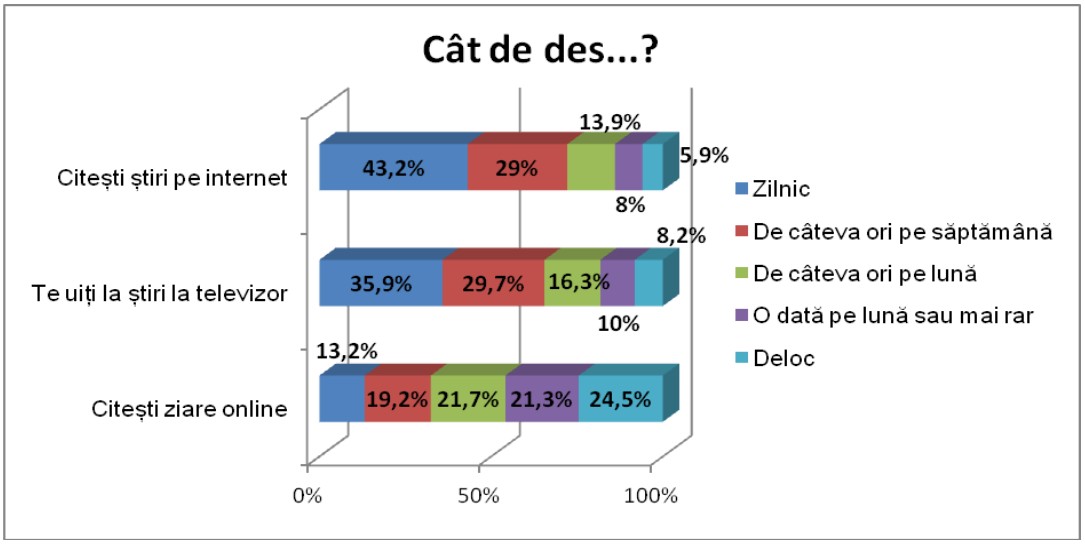


Fig. 9: *Încrederea în sursele de informare*

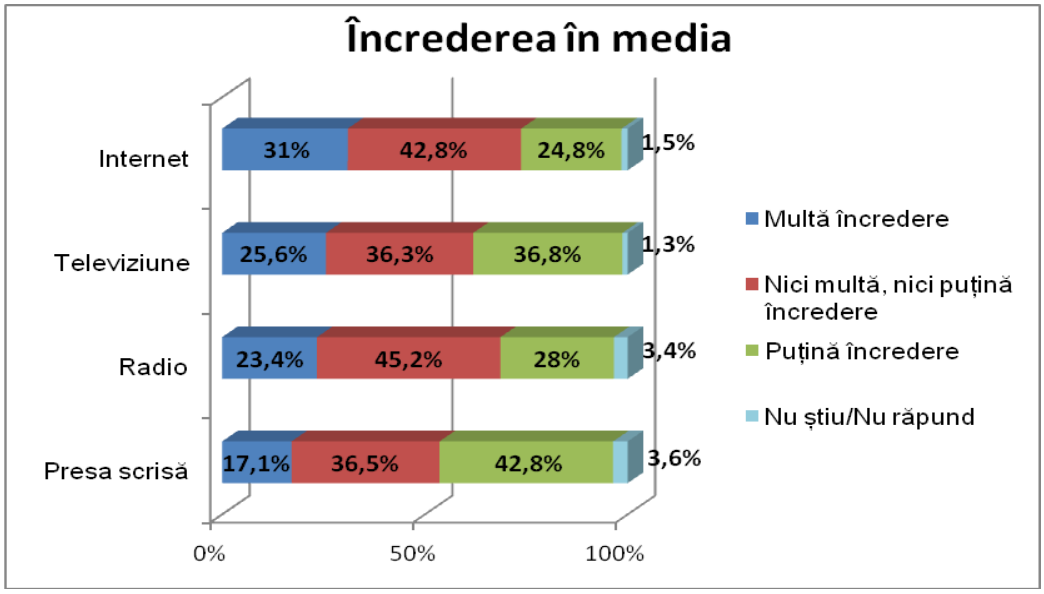



Fig. 10: *Sursele de informare despre UE*

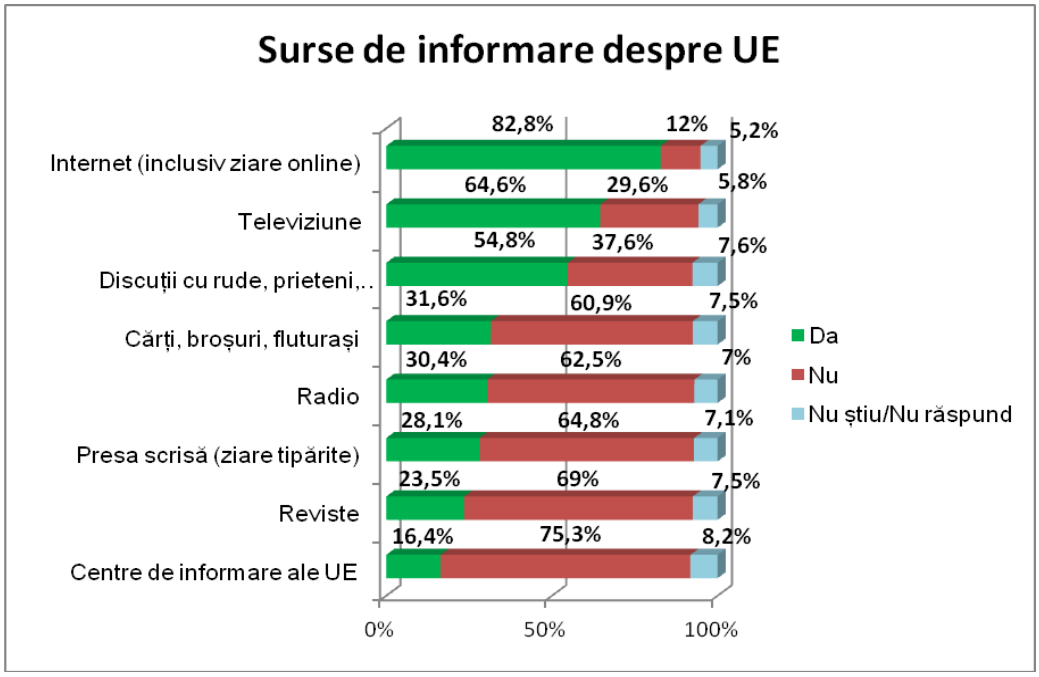


Fig. 11: *Participarea la activităţi cu un caracter european*

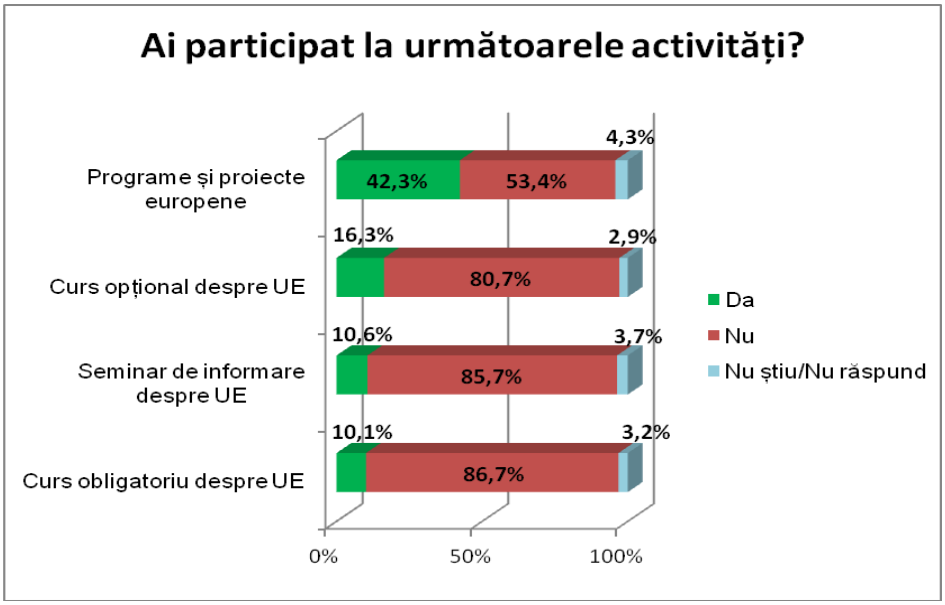
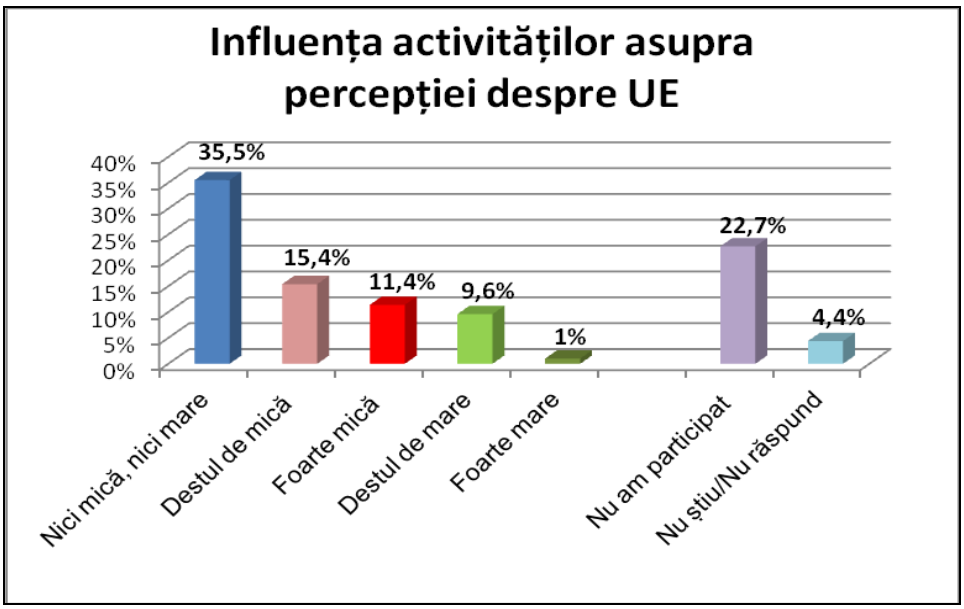


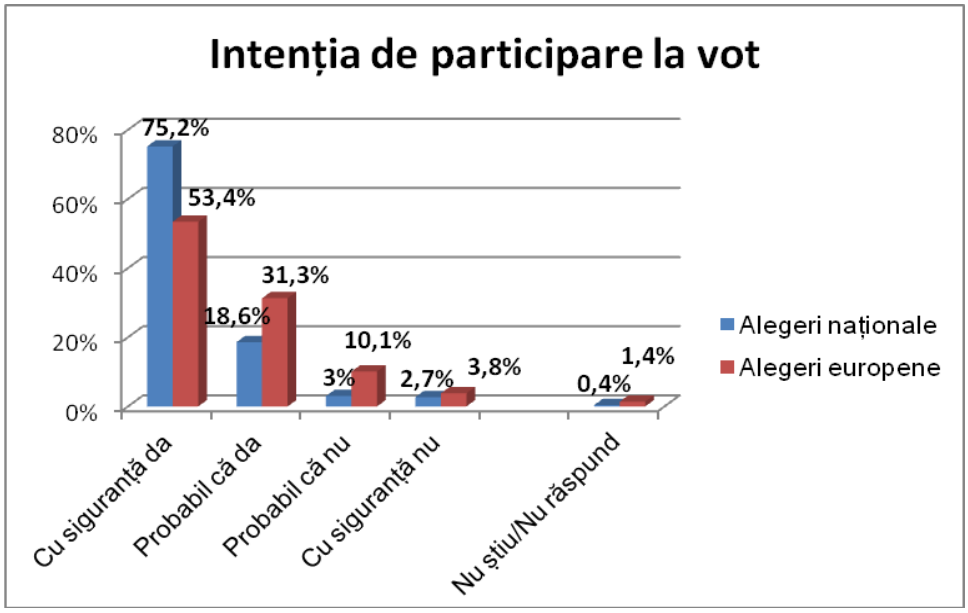

Fig 12: *Influenţa activităţilor cu caracter european asupra percepţiei despre UE*



Tabel 2: *Gradul de contact cu Europa*

| În ultimele 12 luni, ai... | Da, de mai multe ori | Da, o dată sau de două ori | Nu | Nu ştiu/nu răspund |
|---|---|---|---|---|
| **Vizitat o altă ţară din UE** | 15,4% | 30,7% | 52,6% | 1,3% |
| **Citit o carte/un ziar/o revistă într-o altă limbă decât limba maternă** | 43,1% | 35% | 19,2% | 2,7% |
| **Discutat cu oameni dintr-o altă ţară din UE** | 39,5% | 29% | 29,4% | 2,2% |
| **Urmărit programe TV într-o altă limbă a UE (alta decât limba maternă)** | 56,7% | 25,8% | 16% | 1,5% |
| **Folosit Internetul pentru a cumpăra un produs sau un serviciu dintr-o altă ţară din UE** | 19,8% | 19,4% | 58,7% | 2,2% |

Fig. 13: *Intenţia de participare la vot*



Tabel 3: *Regresie liniară: variabila dependentă: Imaginea despre UE*

| | Model 1 | | | Model 2 | | | Model 3 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | B | Beta | S.E. | B | Beta | S.E | B | Beta | S.E |
| (Constant) | 3,051 | | ,240 | 2,172 | | ,224 | 1,782 | | ,269 |
| Contactul cu UE | ,151* | ,086 | ,065 | ,149* | ,085 | ,064 | ,110 | ,063 | ,070 |
| Participarea la activităţi europene | ,066 | ,040 | ,061 | ,030 | ,018 | ,060 | ,024 | ,014 | ,062 |
| Discuţii cu prietenii, familia, colegii despre UE | ,120** | ,198 | ,024 | ,116** | ,191 | ,025 | ,117** | ,194 | ,025 |
| Discutarea în clasă a chestiunilor europene | -,064 | -,060 | ,039 | | | | | | |
| Urmărirea ştirilor la televizor | ,078** | ,118 | ,024 | ,057* | ,085 | ,025 | ,045 | ,068 | ,025 |
| Citirea ştirilor pe internet | -,014 | -,028 | ,019 | -,027 | -,053 | ,019 | -,027 | -,054 | ,019 |
| Implicarea în forme alternative de participare | -,075 | -,044 | ,061 | -,103 | -,061 | ,061 | -,111 | -,066 | ,062 |
| Conştientizarea factorului de impact al UE | ,034 | ,032 | ,039 | ,022 | ,020 | ,039 | ,018 | ,017 | ,040 |
| Autoevaluarea cunoştinţelor despre UE | -,052* | -,079 | ,026 | -,057* | -,086 | ,026 | -,062* | -,093 | ,027 |
| Încrederea în sursele de informare | | | | ,128** | ,127 | ,036 | ,142** | ,141 | ,037 |
| Intenţia de participare la alegerile europene | | | | ,171** | ,162 | ,039 | ,161** | ,154 | ,040 |
| Media din anul şcolar precedent | | | | | | | ,047 | ,030 | ,058 |
| Veniturile familiei | | | | | | | ,109** | ,127 | ,032 |
| Nivelul de studii al părinţilor | | | | | | | ,021 | ,012 | ,068 |
| | Adjusted R square=,062 | | | Adjusted R square=,106 | | | Adjusted R square=,120 | | |

** Semnificativ la nivelul 0,01
* Semnificativ la nivelul 0,05

Tabel 4: *Regresie liniară: variabilă dependentă: Încrederea în UE*

| | Model 1 | | | Model 2 | | | Model 3 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | B | Beta | S.E. | B | Beta | S.E | B | Beta | S.E |
| (Constant) | 1,956 | | ,282 | 1,780 | | ,333 | 1,062 | | ,350 |
| Contactul cu UE | ,194** | ,111 | ,066 | ,216** | ,126 | ,073 | ,219** | ,126 | ,073 |
| Participarea la activităţi europene | -,047 | -,028 | ,063 | -,048 | -,029 | ,065 | -,067 | -,040 | ,066 |
| Discuţii cu prietenii, familia, colegii despre UE | ,037 | ,061 | ,025 | ,034 | ,056 | ,026 | | | |
| Discutarea în clasă a chestiunilor europene | -,012 | -,012 | ,041 | -,030 | -,028 | ,042 | -,048 | -,044 | ,042 |
| Urmărirea ştirilor la televizor | ,054* | ,081 | ,026 | ,049 | ,075 | ,027 | ,040 | ,060 | ,027 |
| Citirea ştirilor pe internet | -,028 | -,056 | ,019 | -,035 | -,072 | ,019 | -,035 | -,071 | ,019 |
| Implicarea în forme alternative de participare | -,062 | -,037 | ,063 | -,080 | -,047 | ,065 | -,078 | -,045 | ,066 |
| Conştientizarea factorului de impact al UE | -,015 | -,014 | ,041 | -,005 | -,004 | ,042 | -,012 | -,011 | ,041 |
| Autoevaluarea cunoştinţelor despre UE | -,027 | -,041 | ,027 | -,029 | -,044 | ,028 | -,014 | -,021 | ,027 |
| Încrederea în sursele de informare | ,177** | ,177 | ,038 | ,179** | ,180 | ,039 | ,167** | ,167 | ,039 |
| Intenţia de participare la alegerile europene | ,150** | ,142 | ,041 | ,133** | ,126 | ,042 | ,112** | ,103 | ,043 |
| Media din anul şcolar precedent | | | | ,006 | ,004 | ,060 | ,001 | ,001 | ,061 |
| Veniturile familiei | | | | ,076* | ,089 | ,033 | ,036 | ,041 | ,034 |
| Nivelul de studii al părinţilor | | | | -,041 | -,024 | ,070 | -,094 | -,054 | ,071 |
| Percepţia avantajelor şi dezavantajelor apartenenţei la UE | | | | | | | ,344** | ,292 | ,045 |
| | Adjusted R square=,075 | | | Adjusted R square=,081 | | | Adjusted R square=,160 | | |

** Semnificativ la nivelul 0,01
* Semnificativ la nivelul 0,05

Tabel 5: *Regresie liniară: variabilă dependentă: Ataşamentul faţă de UE*

| | Model 1 | | | Model 2 | | | Model 3 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | B | Beta | S.E. | B | Beta | S.E | B | Beta | S.E |
| (Constant) | ,418 | | ,298 | -,039 | | ,350 | -,319 | | ,380 |
| Contactul cu UE | ,260** | ,137 | ,070 | ,223** | ,119 | ,076 | ,191* | ,102 | ,080 |
| Participarea la activităţi europene | -,049 | -,027 | ,066 | -,054 | -,030 | ,068 | -,051 | -,028 | ,071 |
| Discuţii cu prietenii, familia, colegii despre UE | ,089** | ,135 | ,027 | ,083** | ,128 | ,028 | ,067* | ,102 | ,029 |
| Discutarea în clasă a chestiunilor europene | -,037 | -,032 | ,043 | -,028 | -,024 | ,044 | -,053 | -,045 | ,046 |
| Urmărirea ştirilor la televizor | ,054* | ,075 | ,027 | ,045 | ,063 | ,028 | ,046 | ,063 | ,030 |
| Citirea ştirilor pe internet | -,044* | -,082 | ,020 | -,043* | -,080 | ,020 | -,036 | -,068 | ,021 |
| Implicarea în forme alternative de participare | -,084 | -,046 | ,066 | -,127 | -,070 | ,068 | -,111 | -,061 | ,072 |
| Conştientizarea factorului de impact al UE | ,124** | ,106 | ,043 | ,130** | ,112 | ,044 | ,126** | ,107 | ,046 |
| Autoevaluarea cunoştinţelor despre UE | -,015 | -,021 | ,029 | -,009 | -,013 | ,029 | ,016 | ,022 | ,031 |
| Încrederea în sursele de informare | ,180* | ,164 | ,040 | ,170** | ,156 | ,041 | ,177** | ,163 | ,042 |
| Intenţia de participare la alegerile europene | ,126* | ,110 | ,043 | ,130** | ,114 | ,044 | ,081 | ,069 | ,047 |
| Media din anul şcolar precedent | | | | ,069 | ,040 | ,063 | ,044 | ,026 | ,066 |
| Veniturile familiei | | | | ,096** | ,103 | ,035 | ,059 | ,062 | ,037 |
| Nivelul de studii al părinţilor | | | | ,017 | ,009 | ,074 | ,030 | ,016 | ,077 |
| Percepţia avantajelor şi dezavantajelor apartenenţei la UE | | | | | | | ,205** | ,160 | ,049 |
| | Adjusted R square=,120 | | | Adjusted R square=,131 | | | Adjusted R square=,146 | | |

** Semnificativ la nivelul 0,01
* Semnificativ la nivelul 0,05

Tabel 6: *Regresie liniară: variabile dependente: Identificarea ca european în general; asumarea statutului de cetăţean al UE*

| | Identificarea ca european | | | Asumarea statutului de cetăţean al UE | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | B | Beta | S.E. | B | Beta | S.E |
| (Constant) | ,448 | | ,271 | 1,001 | | ,296 |
| Contactul cu UE | ,136* | ,103 | ,059 | ,077 | ,051 | ,065 |
| Participarea la activităţi europene | ,042 | ,033 | ,053 | ,054 | ,037 | ,058 |
| Discuţii cu prietenii, familia, colegii despre UE | ,023 | ,050 | ,022 | ,025 | ,047 | ,023 |
| Discutarea în clasă a chestiunilor europene | ,057 | ,071 | ,034 | -,043 | -,046 | ,037 |
| Urmărirea ştirilor la televizor | -,060** | -,117 | ,022 | ,025 | ,042 | ,024 |
| Citirea ştirilor pe internet | ,036* | ,099 | ,015 | -,036* | -,085 | ,017 |
| Implicarea în forme alternative de participare | -,023 | -,018 | ,052 | -,127* | -,086 | ,058 |
| Conştientizarea factorului de impact al UE | ,070* | ,085 | ,034 | ,073* | ,078 | ,037 |
| Autoevaluarea cunoştinţelor despre UE | ,004 | ,007 | ,023 | ,011 | ,018 | ,025 |
| Încrederea în sursele de informare | ,032 | ,042 | ,031 | ,067* | ,078 | ,034 |
| Media din anul şcolar precedent | ,058 | ,048 | ,049 | ,036 | ,026 | ,054 |
| Veniturile familiei | ,042 | ,063 | ,028 | ,047 | ,063 | ,030 |
| Nivelul de studii al părinţilor | -,043 | -,032 | ,057 | ,023 | ,016 | ,063 |
| Percepţia avantajelor şi dezavantajelor apartenenţei la UE | ,128** | ,143 | ,036 | ,264** | ,258 | ,040 |
| | Adjusted R square=,069 | | | Adjusted R square=,117 | | |

** Semnificativ la nivelul 0,01
* Semnificativ la nivelul 0,05